ADTIMING

2021年桌游棋牌类手游研究报告

AdTiming 企划部

VISIT…

LANZAROTE Caliente.COM

BEST TIMING FOR ADS.

作为亚太地区领先的移动广告聚合平台(Mediation Platform)，**AdTiming**以大数据为基础结合AI算法，通过前沿的技术与全方位的专业服务为国内外广告主与开发者提供优质的移动营销解决方案，AdTiming现已对接全球**30多家AdExchange平台**，业务覆盖**200多个国家和地区**，为**2,000+全球广告主及开发者**提供服务，囊括游戏、电商、社交、工具等各玩法。

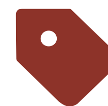
AdTiming基于行业领先的双循环标签体系(AdTiming DUO)以及多达**300,000+数据标签**的受众细分技术(Audience Segment)，帮助广告主精准及时的触达全球用户，帮助开发者把握时机实现超出预期的变现收益。



200+
业务覆盖全球200多个国家和地区



2,000+
广告主与开发者合作伙伴



300,000+
用户广告数据标签

ADTIMING



细分市场
研究说明

研究Board类手游市场表现



报告说明

1. **分析方法：**本报告综合数据分析和案例分析而成，结合我司购买的数据并参考全球著名市场调研机构公开报告、手游媒体渠道公开报道等第三方资料。
2. **报告逻辑：**在分析桌游棋牌游戏的发展历程、市场现状、地区分析、案例分析等基础上，寻找500+款2020年上榜Top100的热门桌游棋牌游戏，综合其在2019年～2020年的热门地区、热门玩法对应的头部游戏，就其游戏玩法、游戏特色、获客路径、留存数据、变现分析等进行研究，分析桌游棋牌游戏的设计思路及投放策略。
3. **地区说明：**数据分析结果显示，桌游棋牌类游戏在全球多地火热，故提供本报告中涉及到的国家（地区）的所属大洲、三位代码可供参考（P142附录）。
4. **游戏分类：**本报告将500+个样本根据游戏玩法，将其分为16个玩法，分别是飞行棋、各国象棋、牌九、卡罗姆、Okey、各国跳棋、UNO、酒场游戏、聚会游戏、黑白棋、纸牌、Backgammon、井字棋、Rummikub、Connect Four和其它棋牌。

（P5将对各玩法作中英文对照，P6~14将对这16种玩法作详细说明）

游戏玩法中英文对照表			
关键词（英文）	**关键词（中文）**	**关键词（英文）**	**关键词（中文）**
Backgammon	西洋双陆棋	-	黑白翻转棋
Connect Four	四子棋	Tic Tac Toe	井字棋
Okey	土耳其麻将	Dice	骰子
Rummikub	魔力桥	Spin the Bottle	转酒瓶
UNO	优诺纸牌	Truth or Dare	真心话大冒险
Ludo	飞行棋	Richman	大富翁
Snakes & Ladders	蛇梯飞行棋	Werewolf	狼人杀
Checkers	西洋跳棋	Carrom	卡罗姆
Chinese Chess	中国跳棋	Domino	牌九
Chess	国际象棋	Military chess	军旗
Chinese Checkers	中国象棋	Shogi	将棋
Gomoku	五子棋	Sholo Guti	16士兵棋
Baduk	围棋		

ADTIMING

桌游棋牌类手游玩法分类

母玩法	飞行棋		Backgammon
子玩法	传统飞行棋	蛇梯	Backgammon（西洋双陆棋）
玩法	玩家依次掷骰子，当得到点数6即可开始行动。开始行动后，掷骰子点数为几，前进几步，优先4枚棋子到达HOME的一方获胜。	玩家依次掷骰子，掷得点数即为前进步数。前进遇到梯子即可顺势而上，如遇蛇头则需顺势后退至蛇尾，优先到达终点的一方获胜。	玩家双方依次掷骰子，掷得点数即为行动步数，优先到达终点的一方获胜。
代表游戏	《Ludo King™》	《Snakes and Ladders - Ludo Game》	《Backgammon》
玩法视图			

ADTIMING

桌游棋牌类手游玩法分类

母玩法	Connect Four	Okey	Rummikub
子玩法	Connect Four（四子棋）	Okey（土耳其麻将）	Rummikub（魔力桥）
玩法	双方玩家依次落子，优先将四枚棋子形成一条直线（横/竖/斜）的一方获胜（依靠物理落地性）。	玩家依次拿牌（可拿去牌堆牌或上家刚刚丢出的牌）和丢牌，优先将手中的牌全部形成组牌（至少三张异色同数牌）或顺牌（至少三张同数数字相连牌）的一方获胜。	玩家依次将组牌（三张或四张异色同数牌）或顺牌（三张或以上同色数字相连牌）取出放置于桌面（无组牌或顺牌的玩家罚取一张牌且不可出牌），优先将所有牌放置于桌面的玩家获胜。
代表游戏	《4 in a row king》	《Okey》	《Rummikub》
玩法视图			

ADTIMING

桌游棋牌类手游玩法分类

母玩法	UNO	各国跳棋	
子玩法	UNO（优诺纸牌）	西洋跳棋	中国跳棋
玩法	庄家从牌库中取出一张数字牌作为参照牌，按照顺时针顺序玩家依次出牌。当玩家还剩一张牌时需喊出UNO，优先出完手中牌的一方获胜。	对战双方棋子在黑格中移动，玩家可跳过棋子周围敌方棋子，并将其吃掉。优先将对方棋吃完的一方或使对方棋无法移动的一方获胜。	玩家棋子各占据棋盘一角，玩家轮流走棋，可选择平移一格，或跳过前面棋子落子。优先将所有棋子移至对角的一方获胜。
代表游戏	《UNO！ ™》	《Checkers》	《跳棋》
玩法视图			

ADTIMING

桌游棋牌类手游玩法分类

母玩法	井字棋	各国象棋	
子玩法	井字棋	国际象棋	中国象棋
玩法	棋盘为一个“井字”，玩家双方轮流落子，优先形成直线的一方获胜。	每种棋子按照固定的规则移动，最终将死对方的一方获胜。	每种棋子按照固定的规则移动，最终将死对方的一方获胜。
代表游戏	《Tic Tac Toe》	《Chess - Play & Learn》	《中国象棋》
玩法视图			

ADTIMING

桌游棋牌类手游玩法分类

母玩法	黑白棋		
子玩法	五子棋	围棋	黑白翻转棋
玩法	玩家双方依次落子，优先将五枚棋子形成一条直线（横/竖/斜）的一方获胜。	玩家双方依次落子，当棋局到达终局时，按照一定规则（不同地区规则不同），计算胜负。	玩家通过放置棋子，将中间异色棋子翻转为另外一色。
代表游戏	《五子棋》	《Go Free》	《黑白棋》
玩法视图			

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

桌游棋牌类手游玩法分类

母玩法	酒场游戏		
子玩法	骰子	转酒瓶	真心话大冒险
玩法	利用骰子，比拼点数的游戏。	通过旋转酒瓶指人，被指到的玩家接受某些惩罚（如匹配到真心话大冒险）。	通过某种方式输了的玩家接受真心话或大冒险的惩罚。
代表游戏	《Yahtzee® with Buddies Dice》	《Spin the Bottle Kissing Game》	《Truth Or Dare》
玩法视图			

ADTIMING

桌游棋牌类手游玩法分类

母玩法	聚会游戏	
子玩法	大富翁	狼人杀
玩法	玩家通过掷骰子确定前进步数，最终停的格子可触发相应功能，若为空格子，即可选择购买空地建造房屋；若为己方地产，可对其升级；若为敌方地产，则需缴纳过路费。破产玩家被淘汰，最终留在场上的一方获胜。	基础狼人杀分为三方阵营，晚上狼人杀人，白天大家轮流发言（狼人需要伪装身份），集体投票，票数最多的玩家被流放。当其中一个阵营玩家全部死亡后，游戏结束。
代表游戏	《Board Kings™》	《狼人杀（网易）》
玩法视图		

ADTIMING

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

桌游棋牌类手游玩法分类

母玩法	牌九	卡罗姆
子玩法	牌九	卡罗姆
玩法	玩家轮流出牌，出牌方需根据场上各端点点数选择具有相同点数的牌与之相连，无牌可出的一方需从牌堆中拿去新牌直至有牌可出。	玩家轮流发球，通过碰撞将己方球撞进球洞。
代表游戏	《Dominoes Party - Classic Domino Board Game》	《Carrom king》
玩法视图		

ADTIMING

桌游棋牌类手游玩法分类

母玩法	其它棋牌		
子玩法	军旗	Shogi（将棋）	Sholo Guti（十六士兵棋）
玩法	按照等级大小排序，小棋遇大棋被吃；相同棋子相遇，则同归于尽；工兵与炸弹能排除地雷，不可排雷的棋子碰到地雷会被吃；任何棋子都能吃掉军旗；炸弹与任何棋子相遇时同归于尽。	每种棋子按照固定的规则移动，最终将死对方的一方获胜。	玩家相互对战，可通过跳过对方棋子的方式捕捉对方棋子，夺取对方所有棋子的一方获胜。
代表游戏	《军旗大战Online – 四国军棋》	《Shogi Wars》	《Bead 16 - Sholo Guti》
玩法视图			

ADTIMING

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

ADTIMING

目录

01

桌游棋牌类手游
发展历程

- 发布时间 P16
- 2008~2013 P17~18
- 2010~2016 P19~20
- 2017~2020 P21~23

02

桌游棋牌类手游
市场现状

- 玩法现状（DAU） P26
- 地区现状（DAU） P27
- 地区现状（IAP） P28
- 头部游戏现状 P29

03

桌游棋牌类手游
热门地区

- 印度、美国、巴西、土耳其、印尼、俄罗斯、墨西哥、越南、巴基斯坦 P32~40

04

桌游棋牌类手游
案例分析

- 七种玩法
- 十三个案例
- 基础信息、数据分析
- 玩法、设计分析
- 变现分析

P43~141

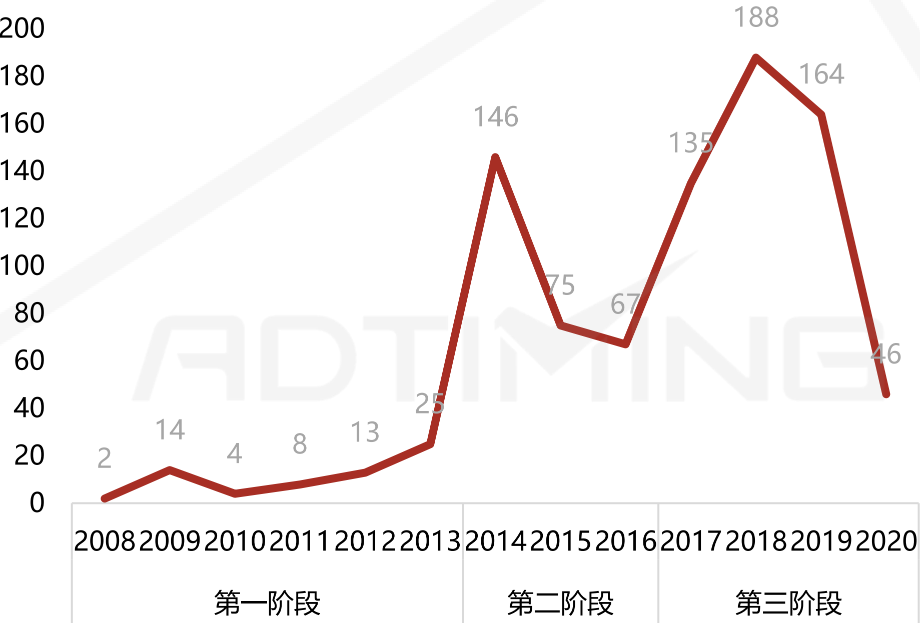
桌游棋牌类手游发展历程

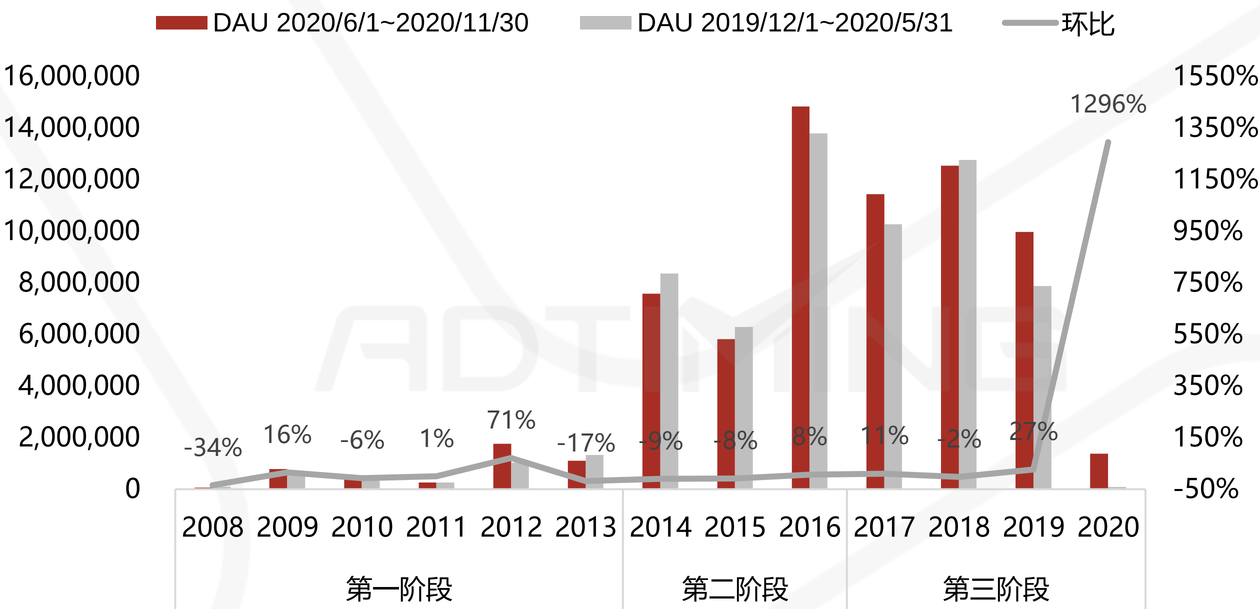
Chapter 1

发布时间：2014年和2018年发布的游戏数量较多，2016年发布的游戏占据最大流量池

年份分析

- 目前头部市场中，第一阶段发布的游戏流量主要集中在各国象棋的玩法上。因第一阶段发布时间较早，部分年份发布的游戏DAU呈现不同程度的下跌。
- 第二阶段时，飞行棋玩法反超各国象棋，成为头部，这主要得益于2016年发布的《Ludo King™》至今仍居大盘头部。
- 第三阶段出现了Rummikub和UNO两种新的玩法，以2017年发布的《Rummikub》和2018年发布的《UNO！™》为代表。





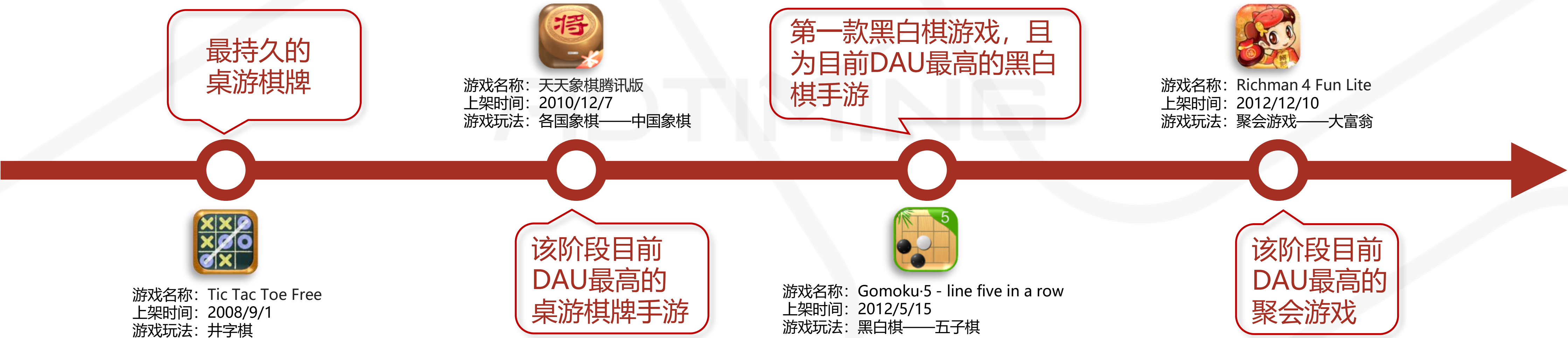
ADTIMING

发展历程（2008~2013）：出现第一款桌游棋牌类游戏，部分游戏DAU目前数据仍然不错

2008~2013

- 2008~2013年是桌游棋牌类手游起步阶段。
- 2008年发行的《Tic Tac Toe Free》成为至今仍活跃在榜单最老的一款游戏，该游戏玩法为井字棋，目前仍在少量获客。
- 截至目前，该阶段出现的《Gomoku·5 - line five in a row》（黑白棋——五子棋）和《Richman 4 Fun Lite》（聚会游戏——大富翁）仍然是对应玩法用户最多的游戏。

年份	游戏数量
2008	2
2009	14
2010	4
2011	8
2012	13
2013	25
总计	**66**

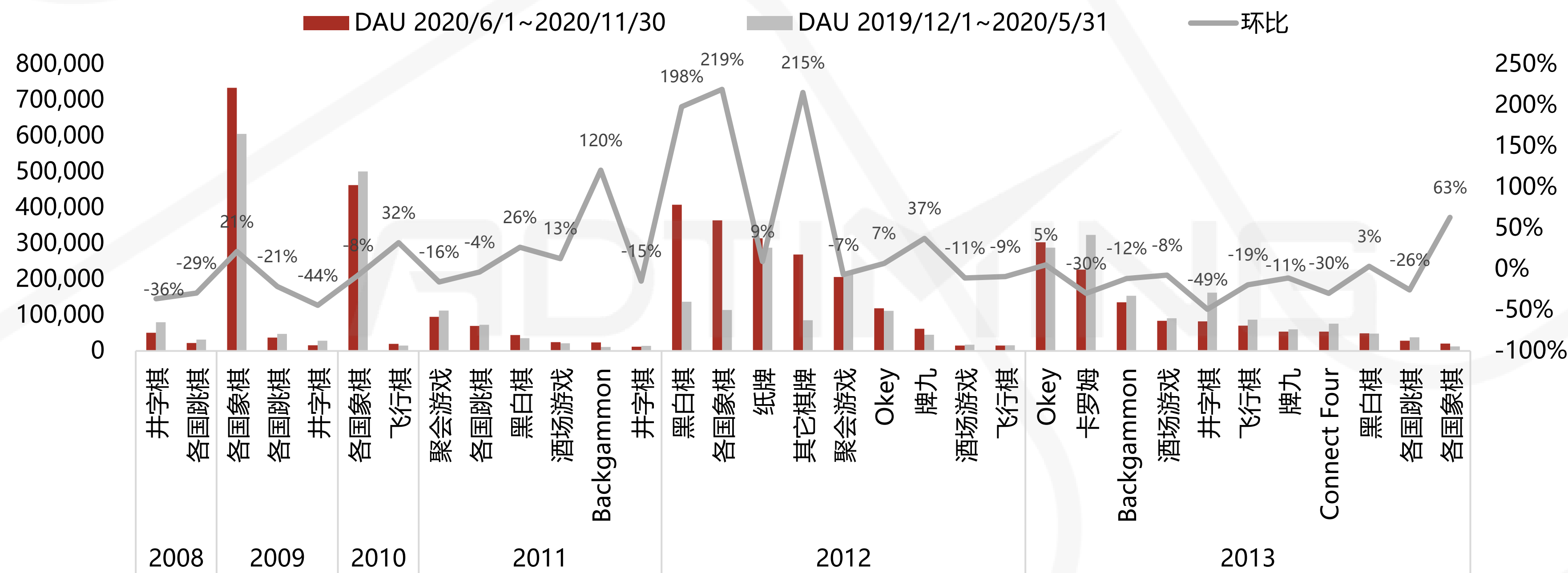


ADTIMING

玩法热度（2008~2013）：各国象棋表现出色，占据市场头部

2008~2013

- 第一阶段（2008~2013）发行的桌游棋牌类游戏中，现在市场接受度比较高的为2009年和2010年发行的各国象棋类游戏。此外，2012年发行的黑白棋类游戏、2013年发行的Okey和卡罗姆游戏表现也很不错。
- 第一阶段（2008~2013）发行的游戏中，各国象棋至今仍有较大市场。





ADTIMING

发展历程（2014~2016）：市场头部的飞行棋游戏出现

2014~2016

- 该阶段飞行棋超过各国象棋成为头部玩法。主要得益于该阶段发行的《Ludo King™》（飞行棋）至今在全球多地区仍然受到欢迎，同时该游戏也是桌游棋牌类最受欢迎的游戏。
- 虽然在榜游戏最早可追溯到2008年发布的一款井字棋玩法游戏，但井字棋玩法的头部游戏为2014年发布的《 Tic Tac Toe》。
- 该阶段发行的《101 Yüzbir Okey Plus》（Okey）、《Backgammon - Narde》（Backgammon）、《Chess》（各国象棋）在当今市场上的表现也较为活跃。

年份	游戏数量
2014	146
2015	75
2016	67
总计	288

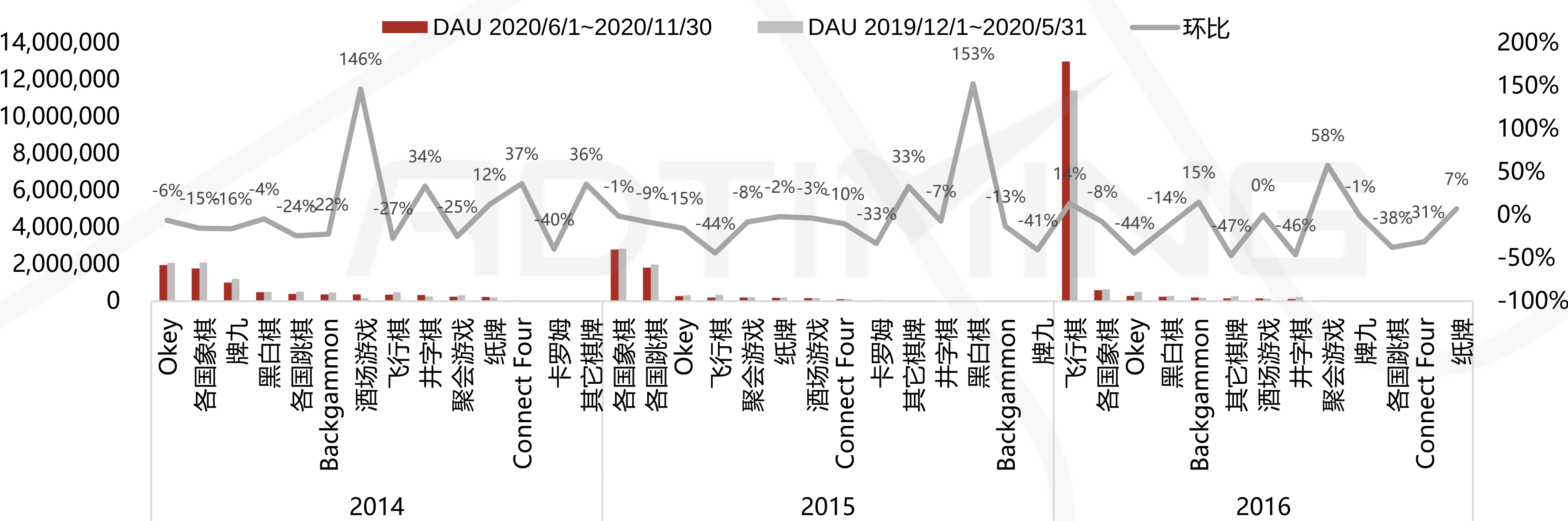


ADTIMING

玩法热度（2014~2016）：2016年发布的飞行棋类游戏一家独大

2014~2016

- 2016年，飞行棋超过各国象棋，成为市场头部玩法，同时保持着较为稳定的DAU环比增长。
- 2014年发行的酒场游戏和2015年发行的黑白棋类游戏DAU环比增长较高，有相对较大的发展空间。其中，酒场游戏增长主要是由其子玩法真心话大冒险带来的。





ADTIMING

发展历程（2017~2020）：游戏数量较多，多款游戏表现出色

2017~2020

- 第三阶段较前两个阶段，出现了Rummikub、UNO两种玩法，玩法更加多样化。
- 在该阶段出现了玩法创新度相对较高的《Yahtzee® with Buddies Dice》（酒场游戏——骰子），该游戏至今仍然很受欢迎。
- 该阶段出现的头部游戏集中于2017年，唯有《UNO！ ™》发行于2018年，游戏画面精致。

年份	游戏数量
2017	135
2018	188
2019	164
2020	46
总计	533

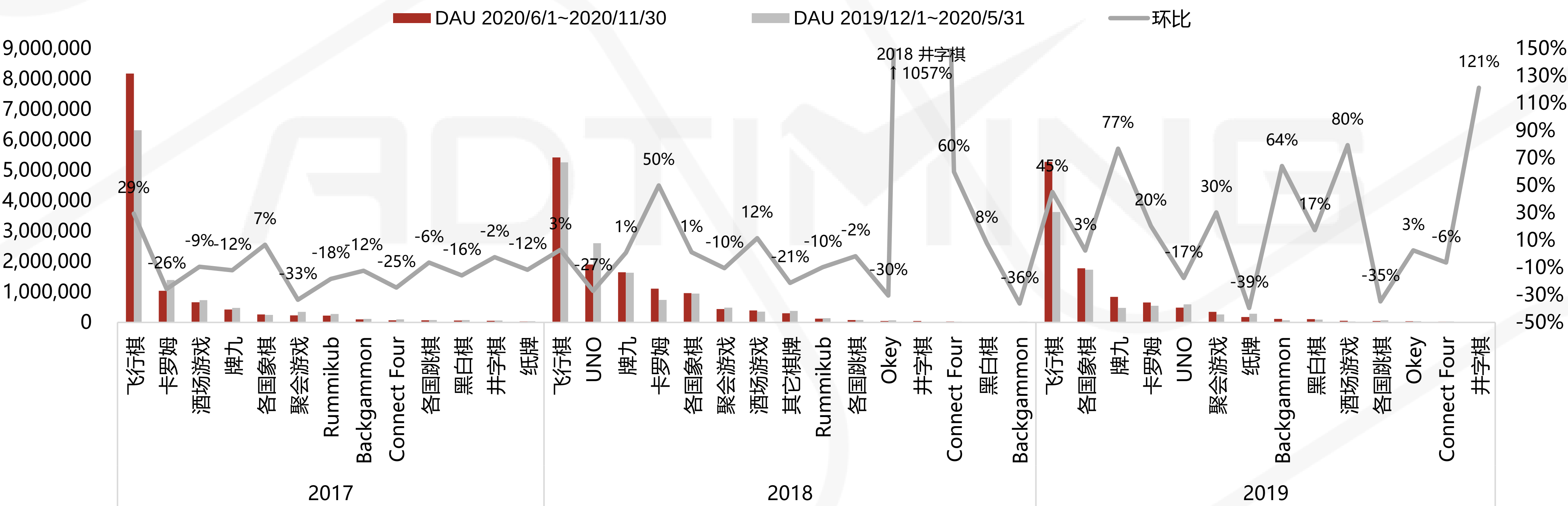


ADTIMING

玩法热度（2017~2019）：2017~2019年发行的飞行器游戏DAU遥遥领先

2017~2019

- 2017年发行的飞行棋游戏成为市场的新宠，占据市场头部。纵观2017~2019年，各年份发行的不同游戏玩法中，飞行棋均遥遥领先其它玩法。
- 2018年发行的井字棋游戏成为较有发展前景的玩法，实现DAU环比增长1057%。

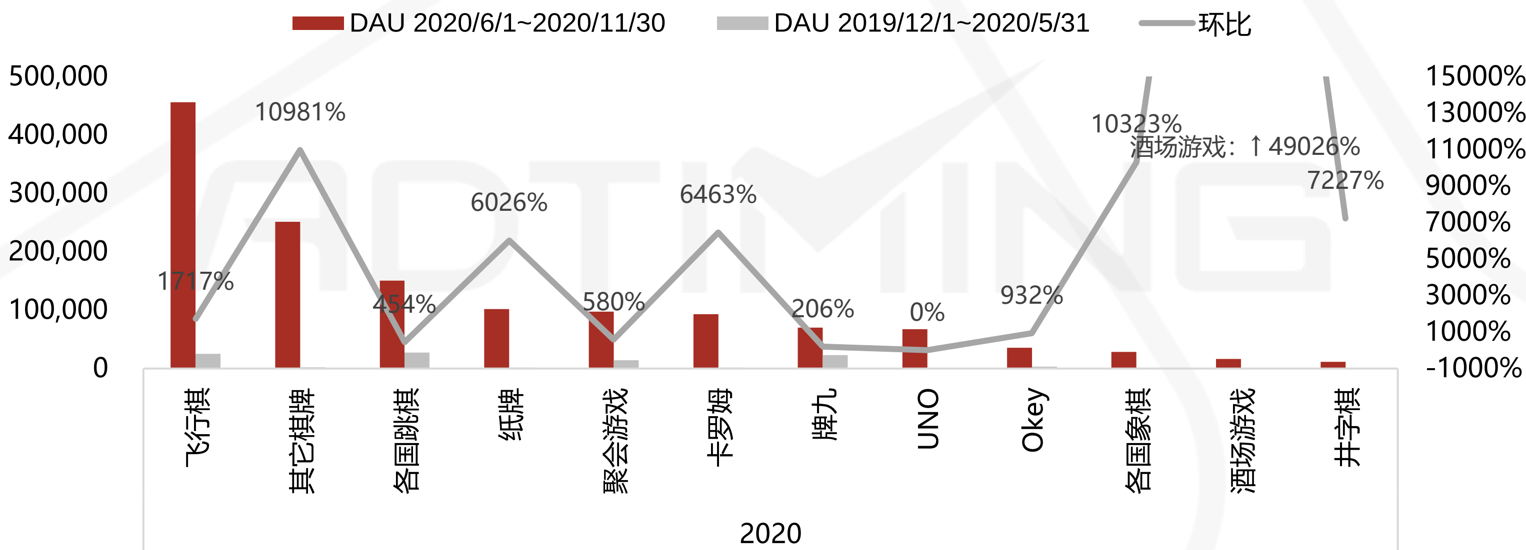


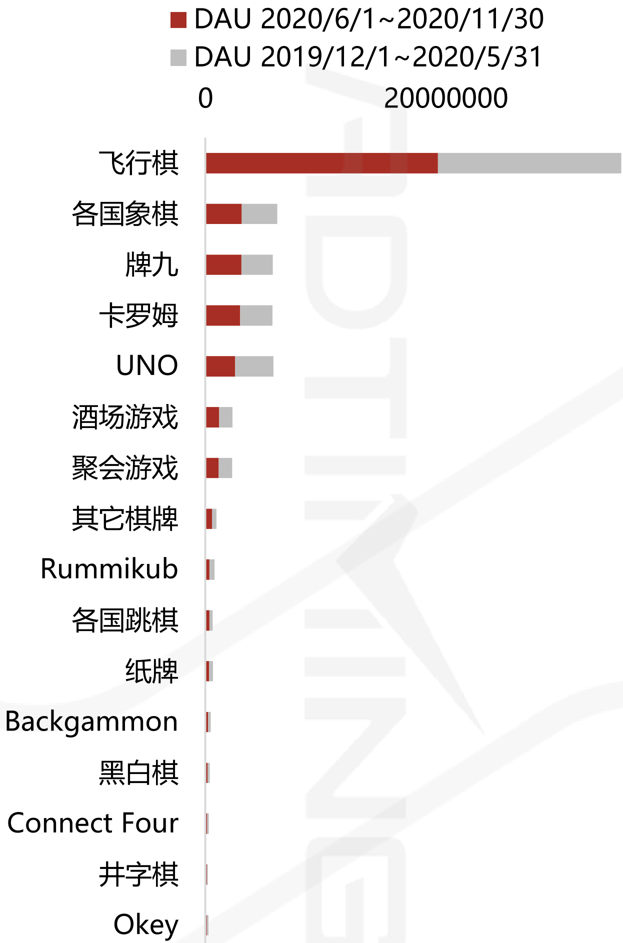
ADTIMING

玩法热度（2020）：2020年发布的酒场游戏发展前景可观

2020

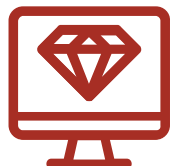
- 从第三阶段游戏DAU来看，飞行棋占据大多数流量，DAU遥遥领先，且2020年发行的游戏，下半年较上半年环比增长高达1717%，发展态势较好。
- 2020年发布的酒场游戏DAU环比最高，其增长来源于一款骰子游戏（《Dice Roll SNS》），该游戏利用骰子点数比较大小。DAU环比高主要与其基数小有直接关系。





ADTIMING

章节总结：老游占据头部市场，新游表现出较强的DAU环比增长力



玩法：

- 从头部游戏的发布年份来看，第一阶段发布的游戏头部玩法是各国象棋，这可能与2009年Vintolo Ltd发布的《Chess》（墨西哥、巴西、美国、加拿大）和Chess.com发布的《Chess – Play & Learn》（法国、德国、中国（iOS）、英国、美国）至今仍在多地受欢迎有关。
- 第二阶段发布的游戏，飞行棋超过各国象棋，成为玩法头部。这可能与2016年Gametion Technologies Pvt Ltd发布的《Ludo King™》至今是桌游棋牌手游最受欢迎的游戏有关。



用户：

- 通过头部游戏DAU来看，榜单中2016年发布的游戏DAU最大，这主要是因为桌游棋牌的头部产品《Ludo King™》发布于2016年，但整体数据来看，第三阶段（2017~2020）年发布的游戏DAU整体最多，占据绝大多数流量。
- 2020年发布的游戏中，流量集中于飞行棋玩法，这与该阶段整体的特征一致。2020年发布的游戏中，酒场游戏DAU环比增长最高，主要得益于一款比较点数的骰子游戏（《Dice Roll SNS》）。

接下来依据桌游棋牌手游对玩法的DAU、地区的DAU和IAP进行分析。

ADTIMING

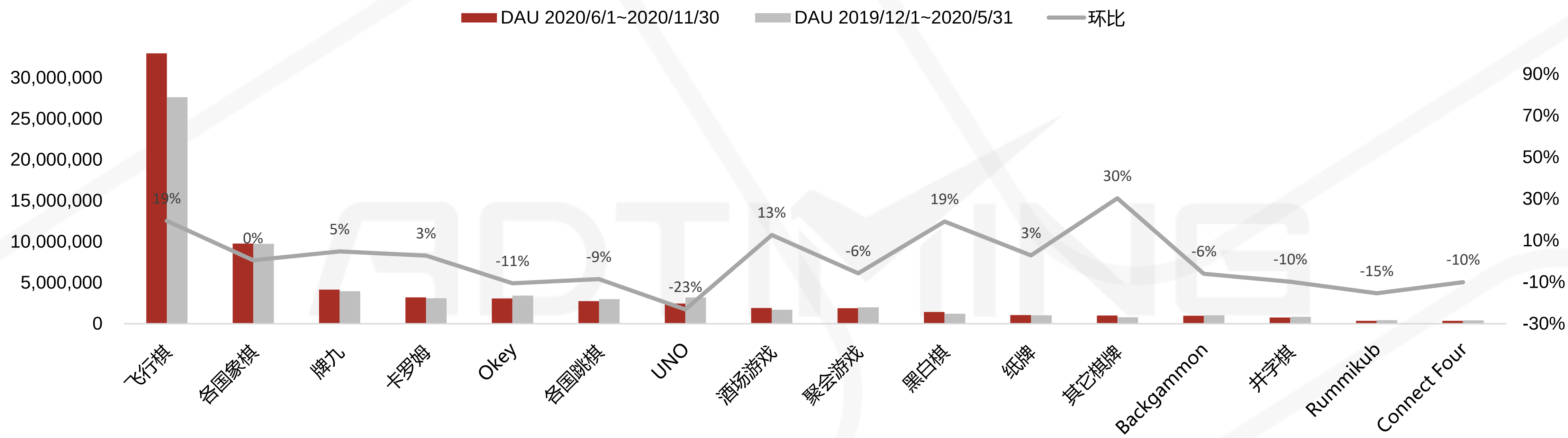
桌游棋牌类手游
市场现状

Chapter 2

玩法现状（DAU）：飞行棋成为最受欢迎的玩法，其它棋牌发展前景相对不错

玩法现状（DAU）

- 桌游棋牌DAU前三甲的玩法为飞行棋、各国象棋和牌九。其中，飞行棋游戏DAU遥遥领先，且环比增长19%，与《Ludo King™》在多地区受欢迎有关。
- 从DAU环比来看，大多数玩法的发展相对稳定，但UNO（-23%）类游戏DAU环比下降明显。
- 飞行棋（19%）、酒场游戏（13%）、黑白棋（19%）和其它棋牌（30%）类游戏DAU环比发展相对可观。

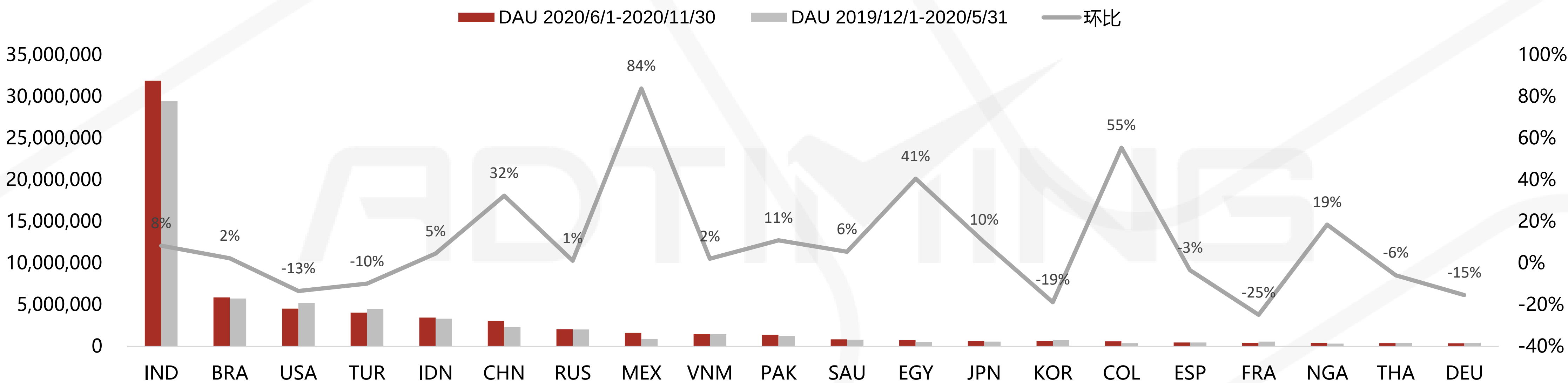


ADTIMING

地区现状（DAU）：用户主要集中于印度；墨西哥环比增长最高

地区现状（DAU）

- 桌游棋牌DAU前三甲的地区为印度、巴西、美国。其中，飞行棋《Ludo King™》主要带动印度地区的桌游棋牌游戏（详见P32）发展，使印度成为桌游棋牌最大的市场。
- 墨西哥（84%）和哥伦比亚（55%）DAU环比上涨可观。墨西哥多种玩法DAU涨幅明显，其中飞行棋涨幅最大，环比增长高达373%，直接带动了墨西哥整体市场的增长（详见P38）。

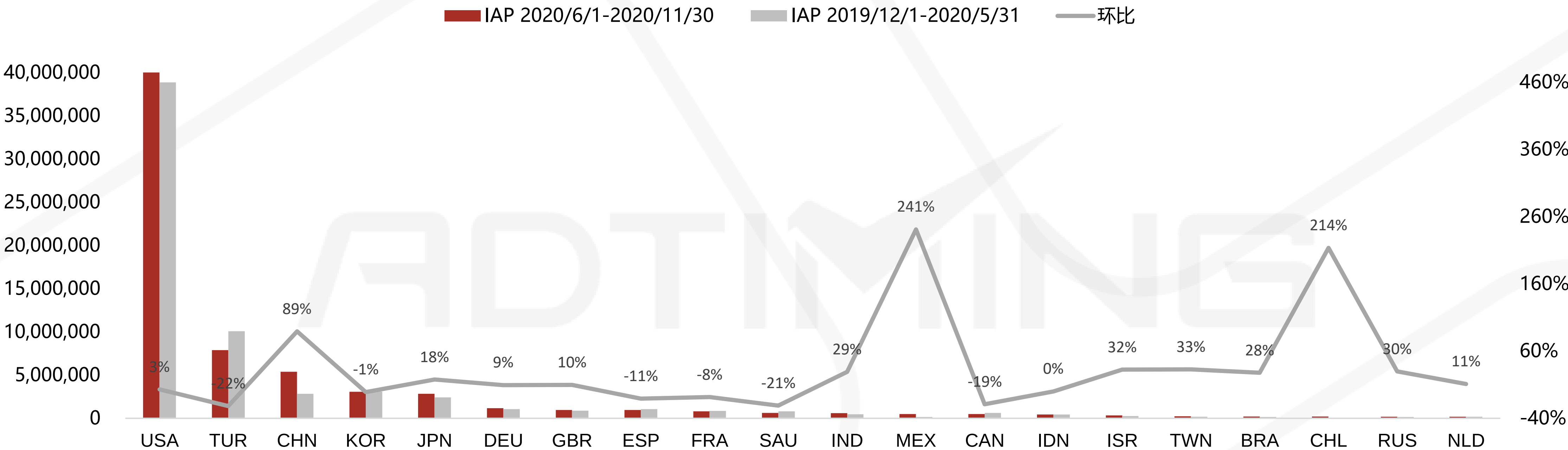


ADTIMING

地区现状（IAP）：内购收入方面美国遥遥领先；墨西哥环比增长最高

地区现状（IAP）

➢ 游戏内购收入前三名的地区为美国、土耳其和中国（iOS）。其中，美国地区IAP遥遥领先，这与美国地区用户付费能力高、酒场游戏成为付费的热门玩法密不可分（详见P33）。墨西哥玩家IAP营收增长最多，这与飞行棋玩法IAP营收增长（288%）有直接关系（详见P38）。



ADTIMING

头部游戏现状：老游占据市场；印度地区多种玩法受欢迎

头部游戏现状

- 老游占据市场头部，新游发展难上加难。根据各玩法头部游戏上架时间可得出，离当前最近的游戏为2018年上架的《UNO！™》，其余游戏均为2017年及以前上架。老游抢占了大多数游戏用户，新游要想抢占市场较为困难。
- 印度是多种玩法最大的市场。根据各玩法头部游戏的Top1地区可得出，DAU前三名的游戏最大的市场均在印度，从侧面可得出印度玩家偏好于桌游棋牌类游戏。

各玩法头部游戏分析（DAU）

App Name	Publiasher	年份	玩法	头部地区
Ludo King™	Gametion Technologies Pvt Ltd	2016	飞行棋	IND
Chess	Chess Prince	2015	各国象棋	IND
Carrom King	Gametion Technologies Pvt Ltd	2017	卡罗姆	IND
101 YüzBir Okey Plus	Zynga	2014	Okey	TUR
UNO！ ™	Mattel163 Limited	2018	UNO	USA
Checkers - strategy board game	Chess & Checkers Games	2015	各国跳棋	BRA
Gomoku·5 - line five in a row	李春	2012	黑白棋	CHN
Richman 4 Fun Lite	SOFTSTAR ENTERTAINMENT INC.	2012	聚会游戏	CHN
Backgammon - Narde	AAStudio	2014	Backgammon	RUS
Yahtzee® with Buddies Dice	Scopely	2017	酒场游戏	USA
Tic Tac Toe	Wintrino	2014	井字棋	BRA
Rummikub	Kinkajoo	2017	Rummikub	KOR
Domino - Dominoes online. Play free Dominos!	ZiMAD	2017	牌九	BRA
4 in a row	Quarzo Apps	2017	Connect Four	MEX

注：年份均为游戏在头部地区上架年份

ADTIMING

章节总结：飞行棋玩法在市场最受欢迎；印度地区DAU最高；美国地区玩家付费能力最高



玩法：

- 桌游棋牌类手游玩法中，飞行棋占据最大的市场，并保持19%的增速。该玩法用户体量大、DAU环比增长较为客观，是比较有发展前景的玩法。这也与其在多地区受欢迎有直接联系，包括印度（P32）、美国（P33）、巴西（P34）、印尼（P36）、墨西哥（P38）和巴基斯坦（P40）。



用户：

- 结合DAU和IAP两方面因素来看，墨西哥（DAU：84%；IAP：241%）是发展前景最好的地区。这与飞行棋玩法（DAU：288%；IAP：373%）在该地区的发展密不可分（详见P38），这主要是得益于Gameberry Labs于2017年发布的《Parchisi STAR Online》在Android端DAU和IAP双增长（详见68~74）。

- 从DAU来看，印度是桌游棋牌游戏最大的市场，用户基数大，但是用户付费能力差。与之相反，美国地区虽然用户基数小（DAU：-13%），但是用户的付费能力强（IAP：3%），成为桌游棋牌游戏IAP营收最高的地区，因此该地区的ARPPU也相对较高。

接下来会依据DAU Top10地区分析各地区受欢迎玩法及头部游戏代表、各玩法IAP情况。

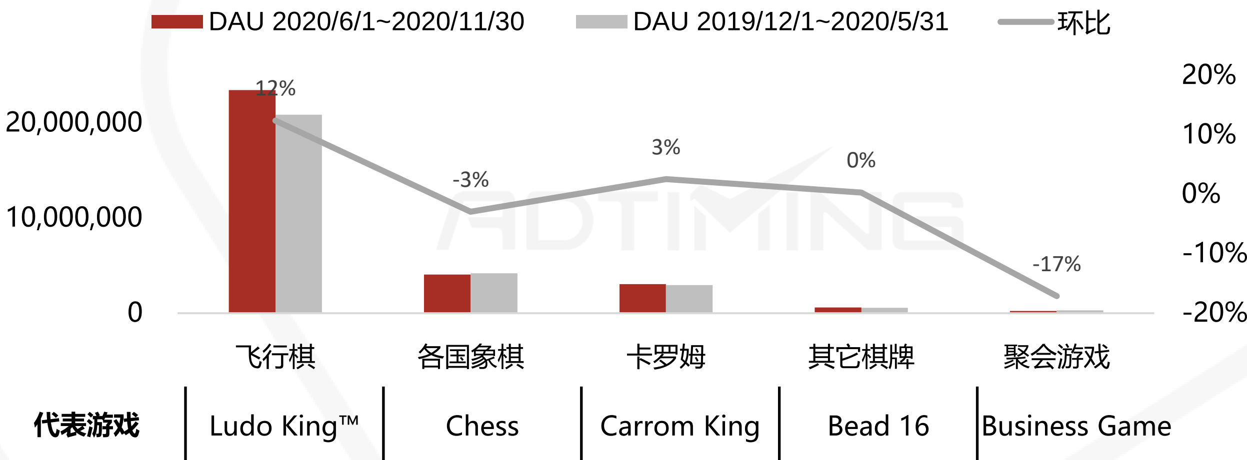
桌游棋牌类手游
热门地区

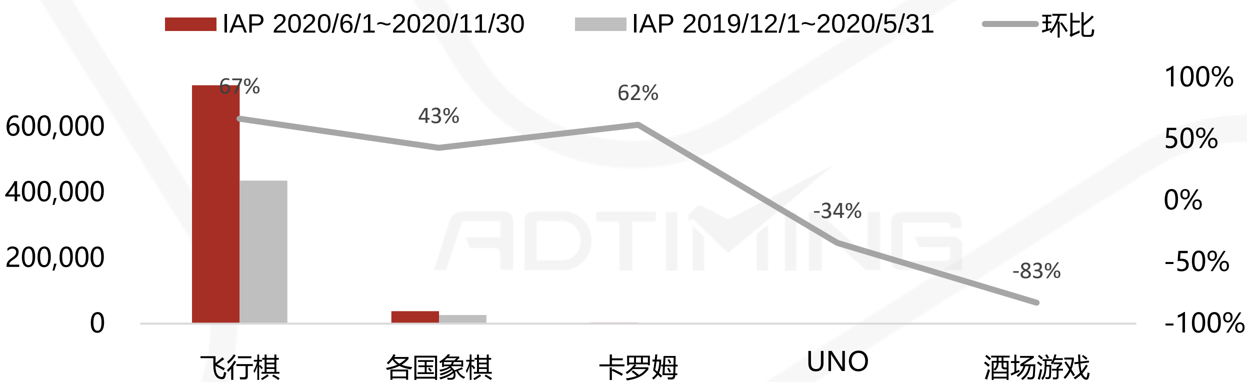
Chapter 3

印度玩法分析：飞行棋DAU和IAP均有不同程度上涨，发展前景最好

印度玩法分析

- DAU前三名玩法与IAP营收能力前三名玩法一致，均为飞行棋、各国象棋、卡罗姆。
- 飞行棋玩法DAU和IAP均有不同程度的环比上涨，这主要得益于Gametion Technologies Pvt Ltd与2016年发布的《Ludo King™》在印度有大量用户有关。也从侧面说明了飞行棋玩法在印度有较多受众，发展前景较好。
- 各国象棋玩法DAU略有缩水，但IAP营收却环比上涨高达43%，侧面说明各国象棋玩法IAP营收发展情况良好，也可说明各国象棋玩法的玩家付费意识增强。



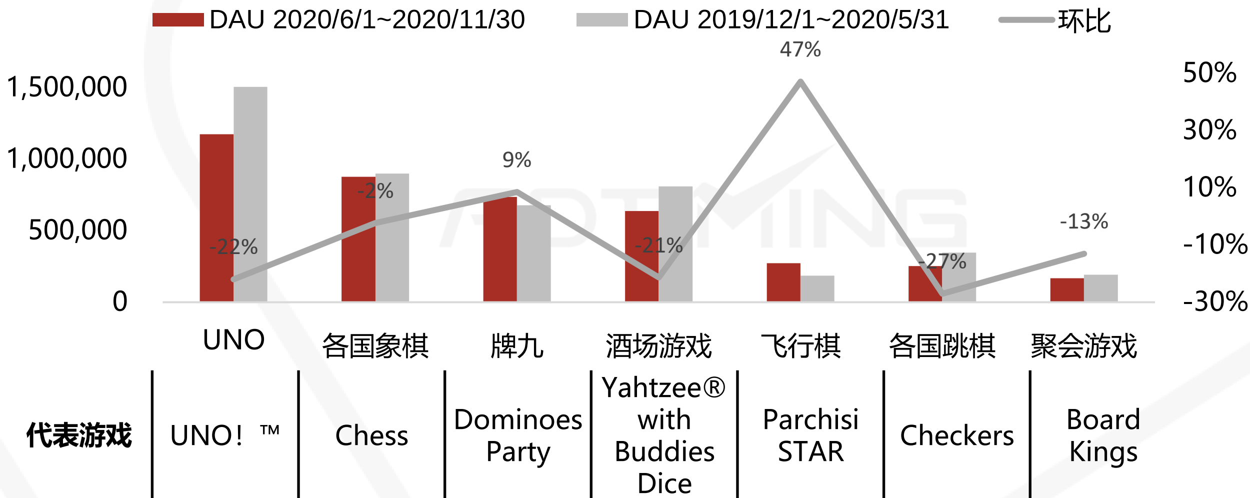


ADTIMING

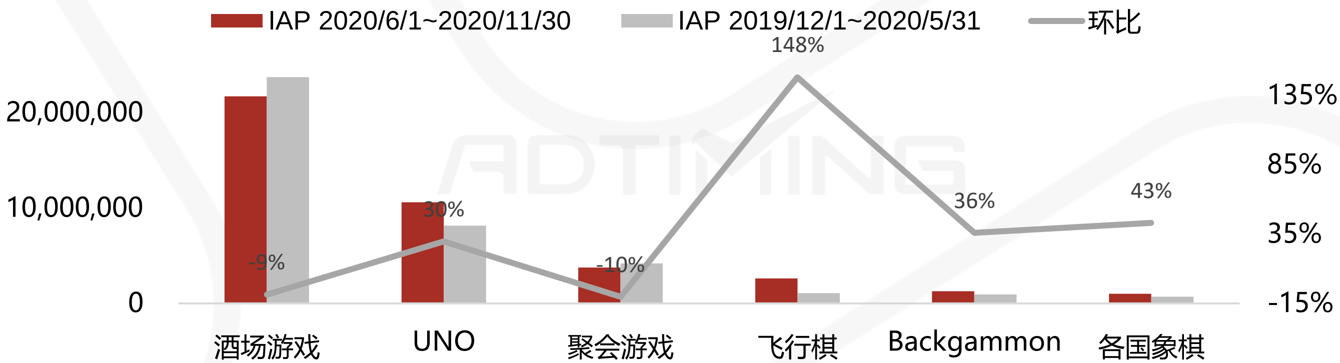
美国玩法分析：UNO用户体量最大；酒场游戏内购收入最多；飞行棋是较有前景的玩法

美国玩法分析

- 在美国UNO玩法的用户体量最大，该玩法只在欧美地区受欢迎。该玩法2020年下半年DAU缩水较严重，但IAP营收却实现了30%的上涨，IAP营收情况位居美国玩法第二名。
- 酒场游戏虽然DAU位列第四，且有-21%的缩水，但IAP营收能力却位居第一，虽也有少量缩水，但从侧面可以证明美国地区玩家对于酒场游戏有更高的付费意愿。
- 整体来看，飞行棋在美国地区发展前景最大。该玩法具有一定的用户基础，且DAU和IAP均能实现较大幅度的增长，说明飞行棋玩法在美国地区较受欢迎。这主要得益于《Parchisi STAR》。



代表游戏	UNO！™	Chess	Dominoes Party	Yahtzee® with Buddies Dice	Parchisi STAR	Checkers	Board Kings

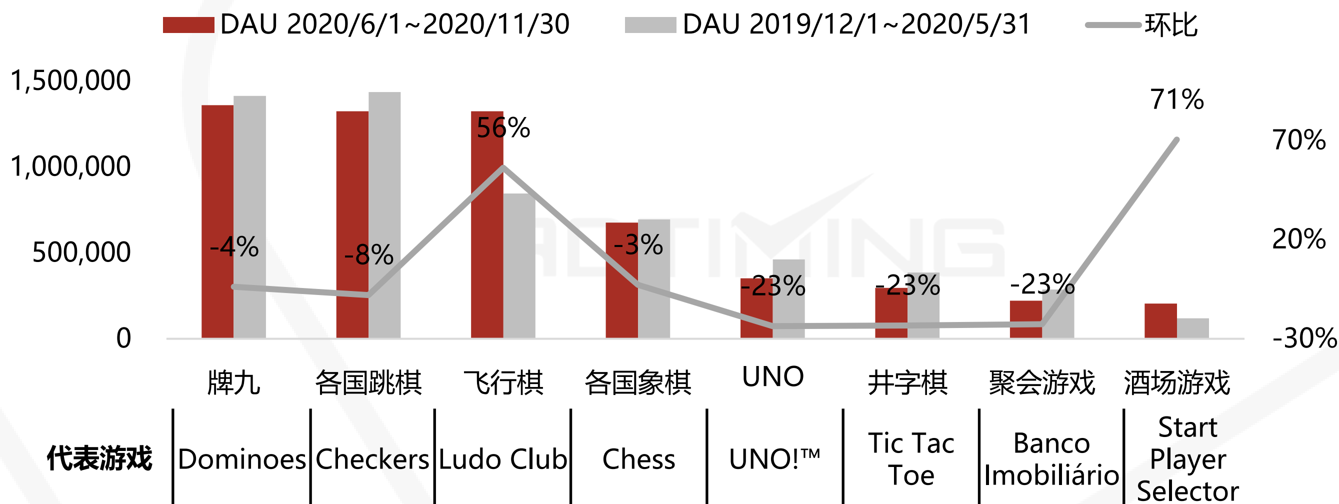


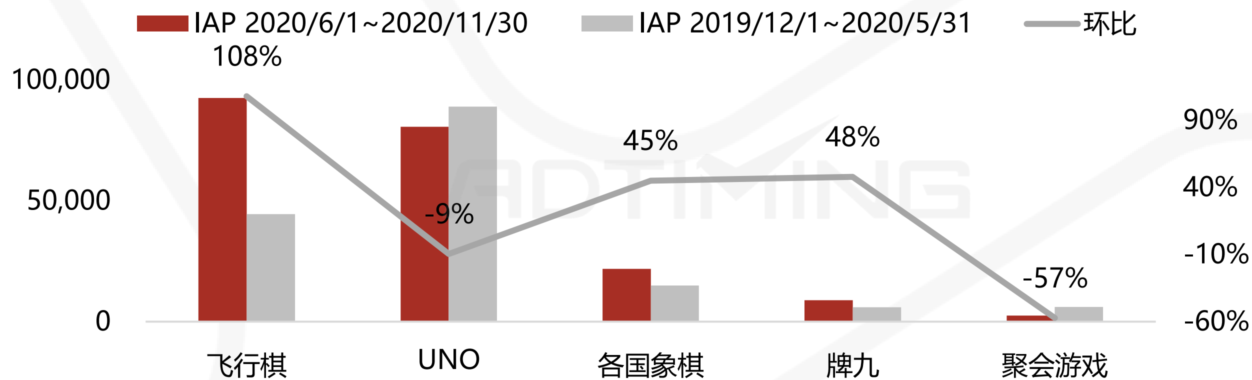
ADTIMING

巴西玩法分析：Top3玩法DAU差异化不大；飞行棋和UNO内购收入遥遥领先

巴西玩法分析

- 巴西地区主要玩法中，牌九玩法、各国跳棋玩法、飞行棋玩法的DAU差异化不大，飞行棋玩法和UNO玩法的IAP营收能力遥遥领先。其中牌九（-4%）、各国跳棋（-8%）的DAU和UNO（-9%）的IAP营收略有缩水。
- 整体情况来看，飞行棋玩法的发展空间最大，发展情况良好。飞行棋玩法在美国地区DAU和IAP营收实现了双增长，这主要是由《Ludo Club》带来的增长。
- 从DAU情况来看，酒场游戏的DAU环比上涨最高，这主要是《Start Player Selector》带来的增长。虽然该玩法用户基数小，但是涨势明显，发展前景相对可观。



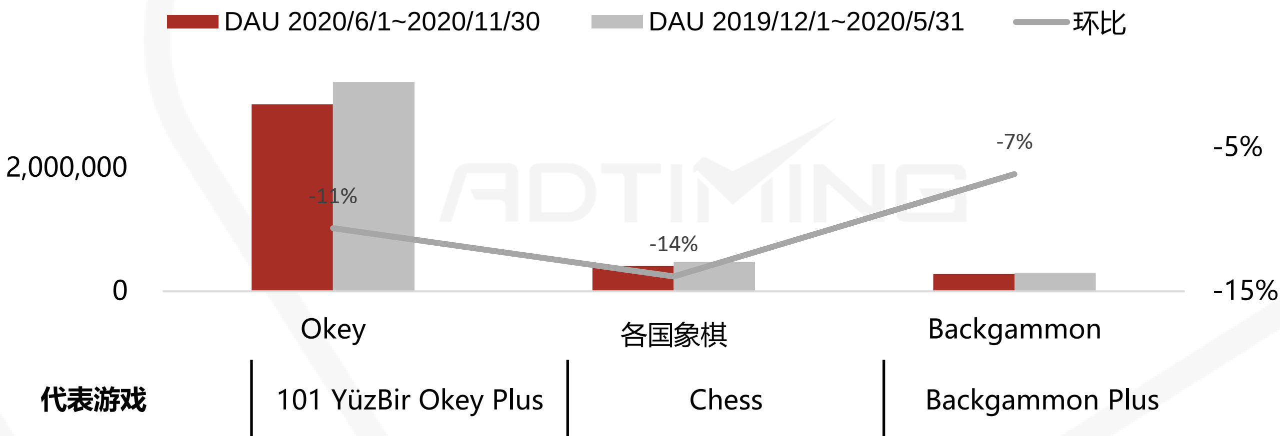


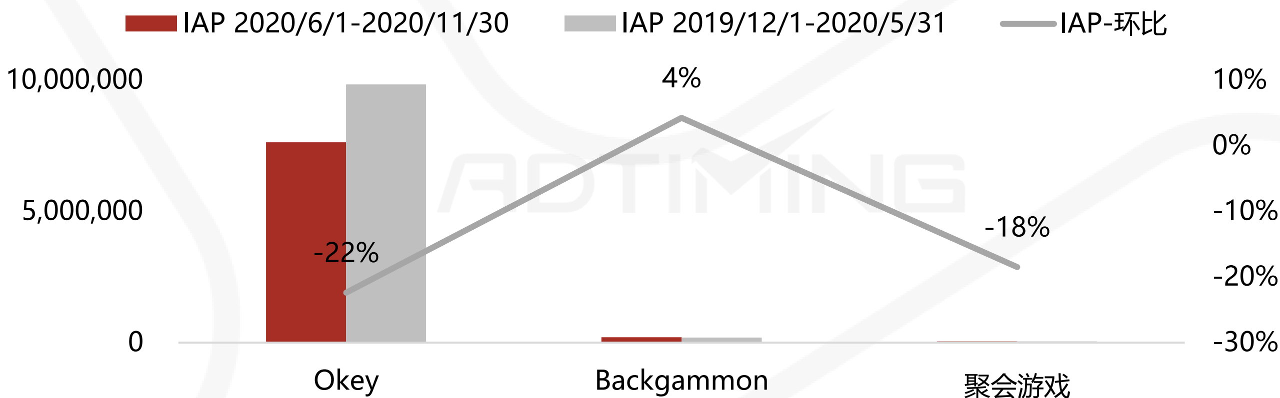
ADTIMING

土耳其玩法分析：Okey玩法DAU和IAP均遥遥领先；DAU和IAP整体缩水

土耳其玩法分析

- 土耳其桌游棋牌主要玩法的DAU整体缩水，Okey玩法因为体量最大，DAU缩水最为明显，DAU环比下降11%。受DAU的影响，Okey玩法的IAP营收能力也大幅度下降，IAP环比下降22%。但并未影响Okey玩法在土耳其地区DAU和IAP头部的地位。
- 受地区因素影响，Okey玩法仅在土耳其受欢迎。
- 土耳其桌游棋牌主要玩法中，IAP营收情况整体缩水严重。头部游戏发布时间均较早，已经到了生命中后期，需要新玩法和新游戏进入土耳其地区桌游棋牌手游市场。



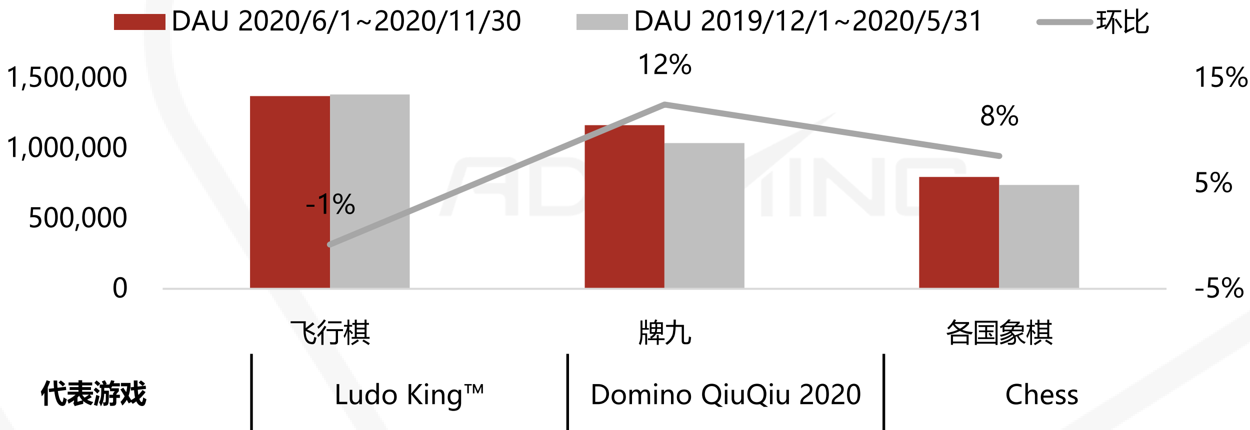


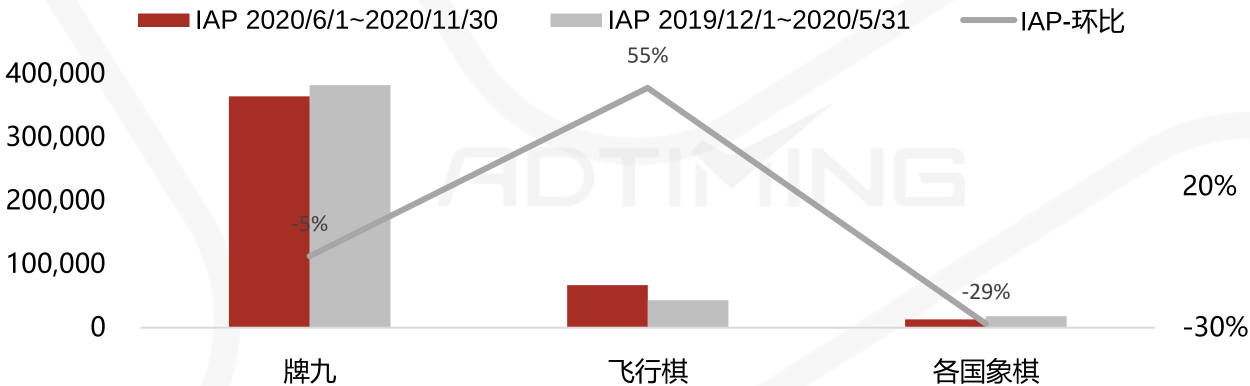
ADTIMING

印尼玩法玩法：牌九DAU环比增长最高，且内购收入最多，发展前景最好

印尼玩法分析

- 印尼地区DAU和IAP主要玩法相差不大，均为飞行棋、牌九和各国象棋。
- 飞行棋玩法DAU为各玩法的头部玩法，发展相对稳定，仅有1%的缩水。飞行棋玩法玩家付费能力差，虽有55%的IAP环比增长，但飞行棋玩法IAP基数小，营收能力差。
- 牌九玩法的发展前景最好，DAU环比增长12%，IAP营收能力也遥遥领先，主要是由《Domino QiuQiu 2020》带来的。



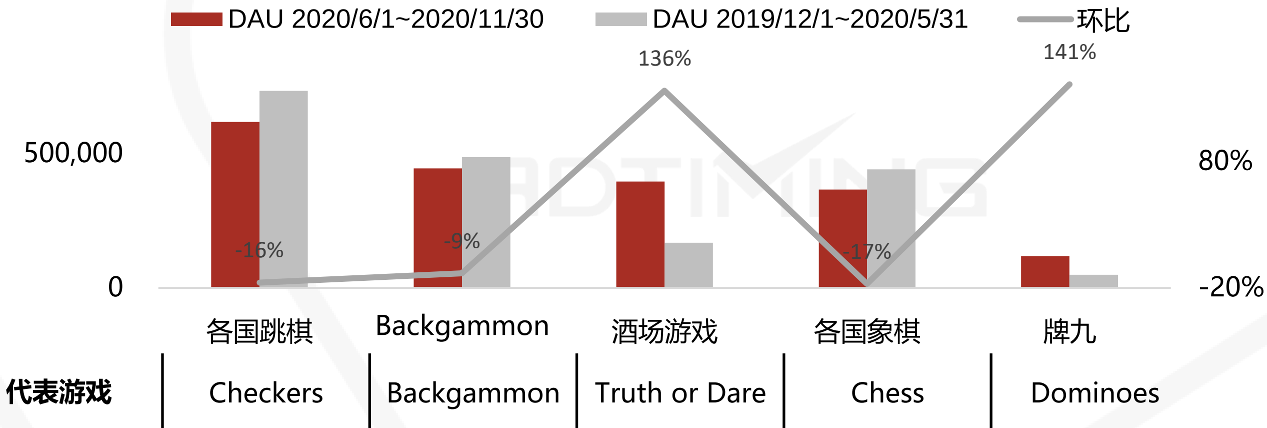


ADTIMING

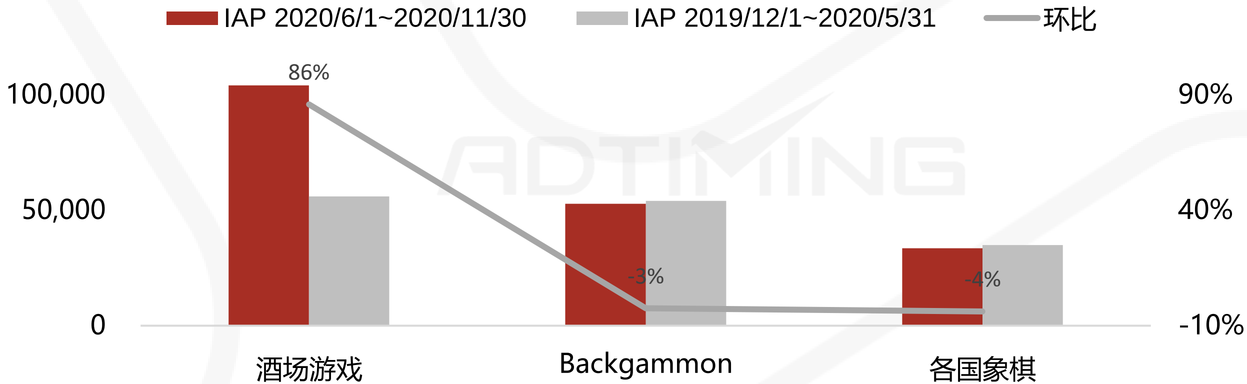
俄罗斯玩法分析：牌九DAU环比增长最高；酒场游戏内购收入遥遥领先，发展最好。

俄罗斯玩法分析

- 从DAU情况来看，俄罗斯地区主要玩法发展两级分化相对严重。其中，各国跳棋（-16%）、Backgammon（-9%）、各国象棋（-17%）均有不同程度的缩水，酒场游戏、牌九DAU环比增长明显。
- 酒场游戏为俄罗斯地区发展最好的玩法。酒场游戏DAU环比增长136%，IAP营收能力居于首位，且环比增长达86%，主要是由《Truth or Dare》（酒场游戏——真心话大冒险）带来的增长。



代表游戏	Checkers	Backgammon	Truth or Dare	Chess	Dominoes

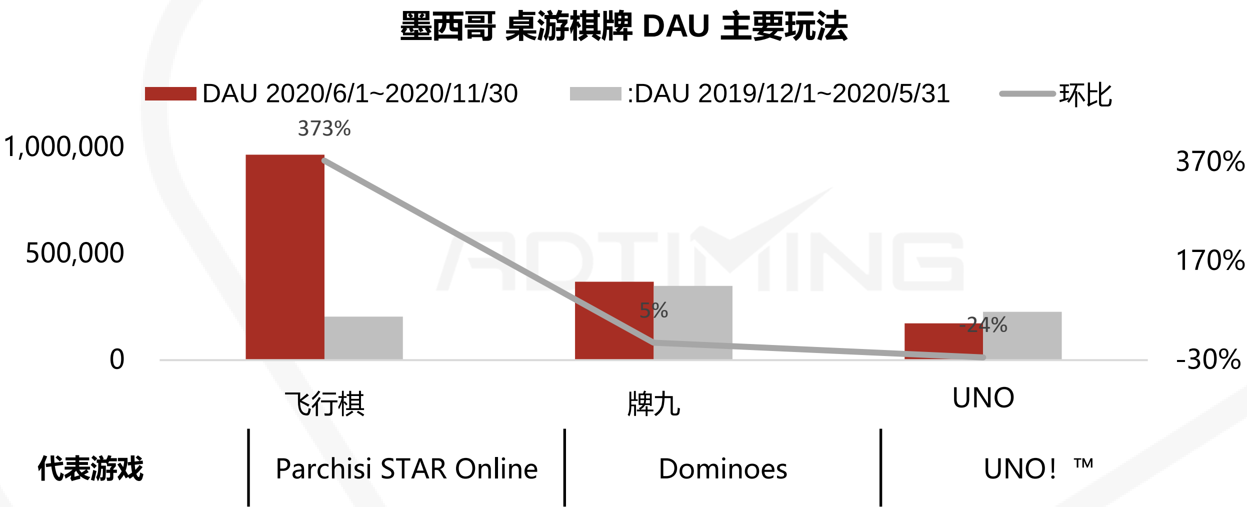


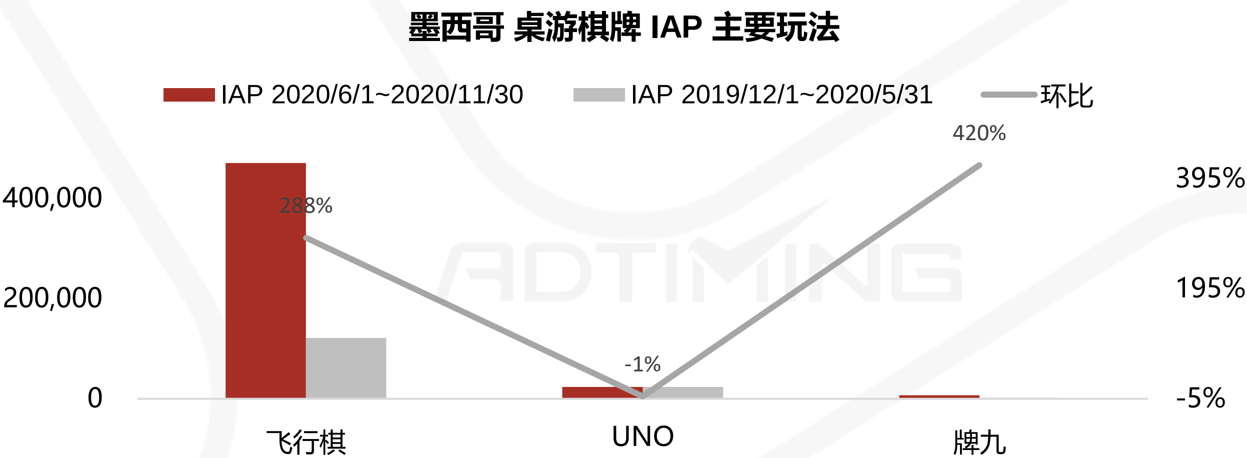
ADTIMING

墨西哥玩法分析：飞行棋在DAU和IAP方面均遥遥领先，且实现双增长

墨西哥玩法分析

- 墨西哥地区飞行棋玩法发展最好。飞行棋玩法DAU环比上涨373%，一跃成为玩法DAU首位，且带动了IAP营收的增长，IAP环比增长高达288%，主要是由《Parchisi STAR Online》带来的DAU和IAP增长。
- 从侧面说明了飞行棋玩法在墨西哥地区有较大市场，且具有较大的发展空间。



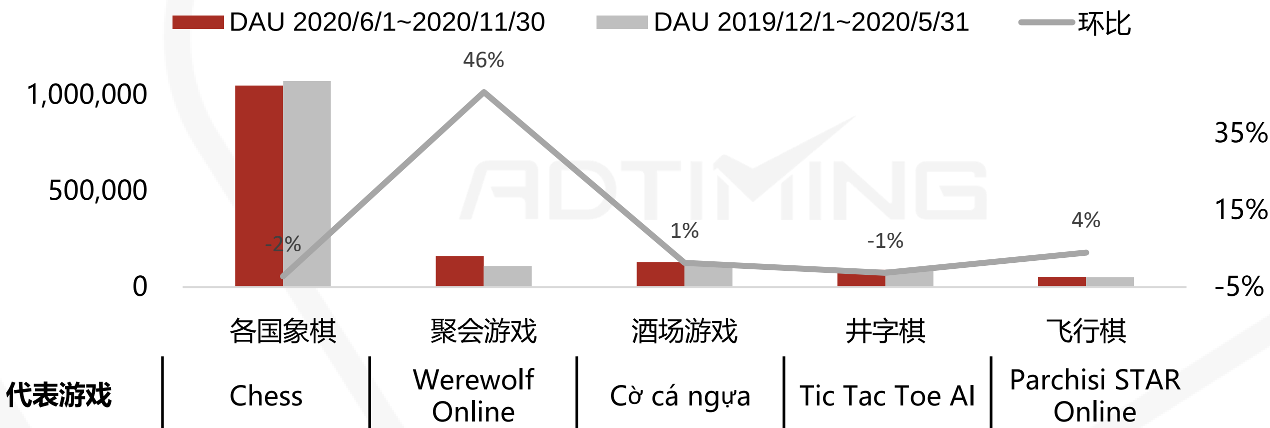


ADTIMING

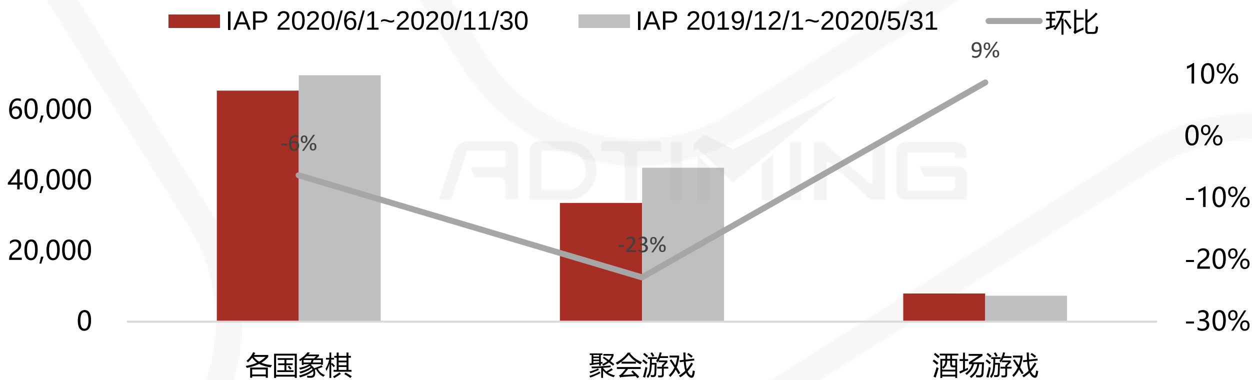
越南玩法分析：各国象棋DAU和IAP均遥遥领先

越南玩法分析

- 越南地区最头部的玩法为各国象棋，DAU和IAP营收能力均遥遥领先于其它玩法，这主要得益于《Chess》。各国象棋DAU（-2%）和IAP（-6%）均有不同程度缩水，但发展相对稳定。
- 聚会游戏DAU环比增长最高（46%），这是由《Werewolf Online》（聚会游戏——狼人杀）带来的。聚会游戏IAP营收排名第二，但面临23%的缩水。



代表游戏	Chess	Werewolf Online	Cờ cá ngựa	Tic Tac Toe AI	Parchisi STAR Online

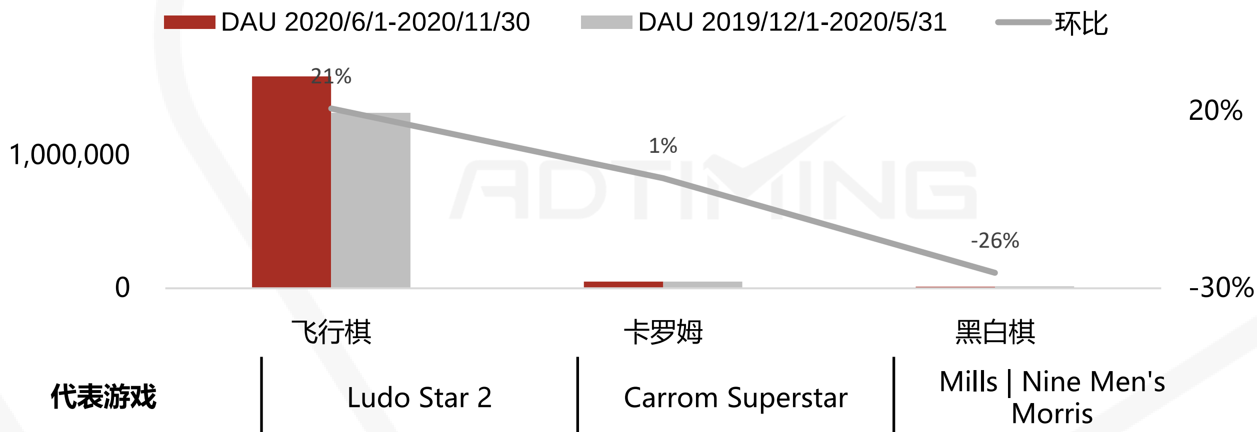


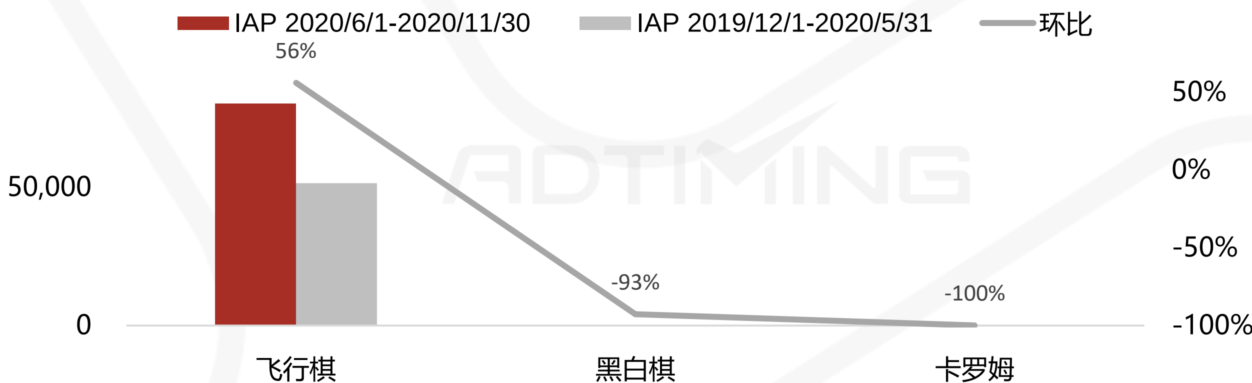
ADTIMING

巴基斯坦玩法分析：飞行棋DAU和IAP均遥遥领先，较有发展前景

巴基斯坦玩法分析

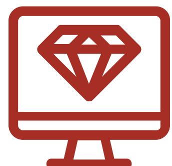
- 巴基斯坦地区飞行棋无论是DAU还是IAP均居玩法首位，且均有不同程度的环比上涨（DAU：21%；IAP：56%），主要得益于《Ludo Star 2》，发展势头较好。





ADTIMING

章节总结：飞行棋在多地区受欢迎；印度地区是桌游棋牌类手游最大的市场；玩法受地区影响较大



玩法：

- Top10地区中，飞行棋在多地受欢迎，包括印度、美国、巴西、印尼、墨西哥、越南和巴基斯坦。其中，飞行棋在墨西哥增长最好，前景最大，DAU环比增长373%；在美国（47%）和巴西（56%）发展也相对不错；在印度（12%）、巴基斯坦（21%）地区的发展尚可；在印尼（-1%）、越南（4%）的发展趋于稳定。



用户：

- 印度成为桌游棋牌最大的市场，主要是因为以《Ludo King™》为首的飞行棋在印度有众多用户。飞行棋玩法DAU环比增长12%，虽增长率较小，但飞行棋本身体量较大，12%增长的背后是用户DAU超300万的增长，飞行棋在印度市场巨大。



地区：

- 受玩法影响，部分玩法只在个别地区受欢迎。如：UNO只在美洲地区受欢迎；Okey只在土耳其有较多受众，Backgammon只在俄罗斯受众较多。

接下来会依据各地区、各玩法头部游戏，针对游戏案例进行具体分析。

ADTIMING

桌游棋牌类手游头部产品分析

Chapter 4

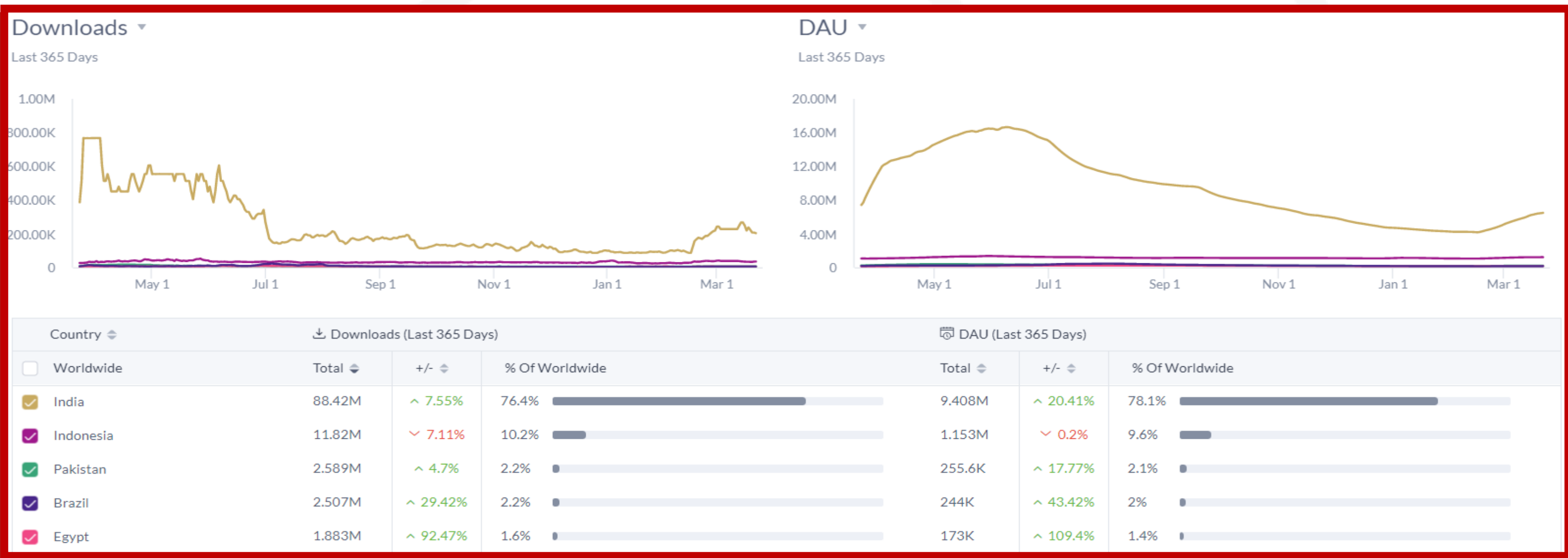
飞行棋

案例分析1：《Ludo King™》

案例分析：《Ludo King™》游戏概况



- App Name：Ludo King™
- 游戏厂商：Gametion Technologies Pvt Ltd
- 上线时间：2016年12月（Android）
- 案例选取原因：在两印地区最受欢迎的飞行棋游戏
- 热门地区：印度、印尼、巴基斯坦、巴西、埃及（Android）
- 获客路径：过去一年中，Top5地区中，流量主要集中在印度，分别于2020年3月底、2020年6月初在印度加大获客力度。此外，在其它地区保持一定的获客量（Android）。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
India	88.42M	7.55%	76.4%	9.408M	20.41%	78.1%
Indonesia	11.82M	7.11%	10.2%	1.153M	0.2%	9.6%
Pakistan	2.589M	4.7%	2.2%	255.6K	17.77%	2.1%
Brazil	2.507M	29.42%	2.2%	244K	43.42%	2%
Egypt	1.883M	92.47%	1.6%	173K	109.4%	1.4%



数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

ADTIMING

Ludo King™

数据分析——印尼半年下载量超过4百万，IAP收入超过37万美元

游戏数据表现（Android）

《Ludo King™》数据表现（近6个月）

印尼									
OS	DL	DL 增长率	DAU	DAU 增长率	IAP ($)	IAP 增长率	Day1	Day3	Day7
Android	5.6M	-14%	1.2M	-2%	66.9K	55%	39%	22%	18%

印度									
OS	DL	DL 增长率	DAU	DAU 增长率	IAP ($)	IAP 增长率	Day1	Day3	Day7
Android	35.1M	-39%	10.5M	14%	305K	49%	40%	21%	15%

数据说明：《Ludo King™》（Android）发布近1年获客路径；
数据来源：AppTopia，数据获取日期为2020年12月25日；其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。



ADTIMING

Ludo King™

核心玩法分析——口罩模式是其特色；飞行棋和蛇梯棋满足不同的用户需求

核心玩法分析

➢ 核心玩法

与传统飞行棋类游戏相比较，《 Ludo King™ 》增加了多种模式。飞行棋中，玩家可选择**经典模式、流行模式和口罩模式**。其中，在**流行模式**中，若骰子掷得点数玩家不满意，可通过消耗金币再掷一次。而**口罩模式**是根据当前疫情背景下形成的，若玩家掷得点数为1，可选择为其中一枚棋子带上口罩。同时，在棋盘上随机分散着感染者，当戴口罩的感染者到达感染者所在格子时没有事情，但当没带口罩的棋子到达感染者所在格子时，需隔离14回合，隔离中的棋子不能被移动。

➢ 延展玩法

蛇梯棋：与传统蛇梯棋玩法一致。玩家依次掷骰子，掷得点数即为前进步数。前近遇到梯子即可顺势而上，如遇蛇头则需顺势后退至蛇尾，优先到达终点的一方获胜。



Ludo King™

外围系统分析——社交系统通过社群裂变，增加用户体量

外围系统分析

➤ **外围系统**

社交系统：玩家可登录Facebook账号，同时可在游戏内与Facebook用户一起竞技。通过社群裂变，增加用户体量，增强用户粘性，以此增加用户留存。玩家可在列表中查看不同类型的朋友及好友请求。

皮肤系统：玩家可通过钻石购买解锁不同风格的棋盘皮肤。

大转盘：玩家可通过大转盘获得一定数量的金币。

排名系统：玩家可通过参加游戏获得奖牌参加排名并获得一定奖励。排名分为日排、周排、月排和总排名。

商城系统：玩家可通过商城系统购买金币、钻石、语音次数和棋盘皮肤。



ADTIMING

Ludo King™

美术与交互分析——美术尽量还原现实中的飞行棋；交互设计符合玩家习惯

美术品质 交互设计 分析

➢ 美术品质

与其它飞行棋类游戏相比较，《Ludo King™》画面较为精致。在游戏中，棋子移动是模拟现实生活中一格一格地移动，而不是直接达到目标方格，更为接近现实，且游戏中棋盘、棋子、骰子设计都与现实较为接近，玩家带入感更强。

➢ 交互设计

视野：俯视，玩家可直观地看清场上局势。

画面：飞行棋棋盘较大，游戏中将飞行棋棋盘等比缩小，还原度高。

各模式入口：在游戏主界面，将各种玩法直接展现给玩家，更方便玩家选择。将玩家常用的功能放在中间，将不常用的功能放在两边并缩小。进入蛇梯棋的入口在右下方，符合交互逻辑。

退出按钮：游戏回合内退出按钮设计隐蔽，最大程度上提高玩家的游戏体验。



ADTIMING

Ludo King™

变现模式分析——采用混合变现模式，以IAP变现为主

变现模式分析

➢ IAP变现

2020年6月1日~2020年11月30日IAP变现：印度**超$30万**、印尼**超$6万**

玩家可购买金币、钻石、去广告、玩家间语音游戏次数。

➢ IAA变现

激励视频广告：

- 在每日签到时，可通过观看广告将签到奖励翻倍。
- 人机模式中，当游戏失败后，可观看激励视频广告复活。
- 在商城中，可通过观看广告获得两个钻石（每日上限5次）。

插屏广告：

- 在人机模式开始前、各模式游戏结束后播放插屏广告。

交叉推广：

- 游戏主界面上方中间有一处交叉推广广告位。



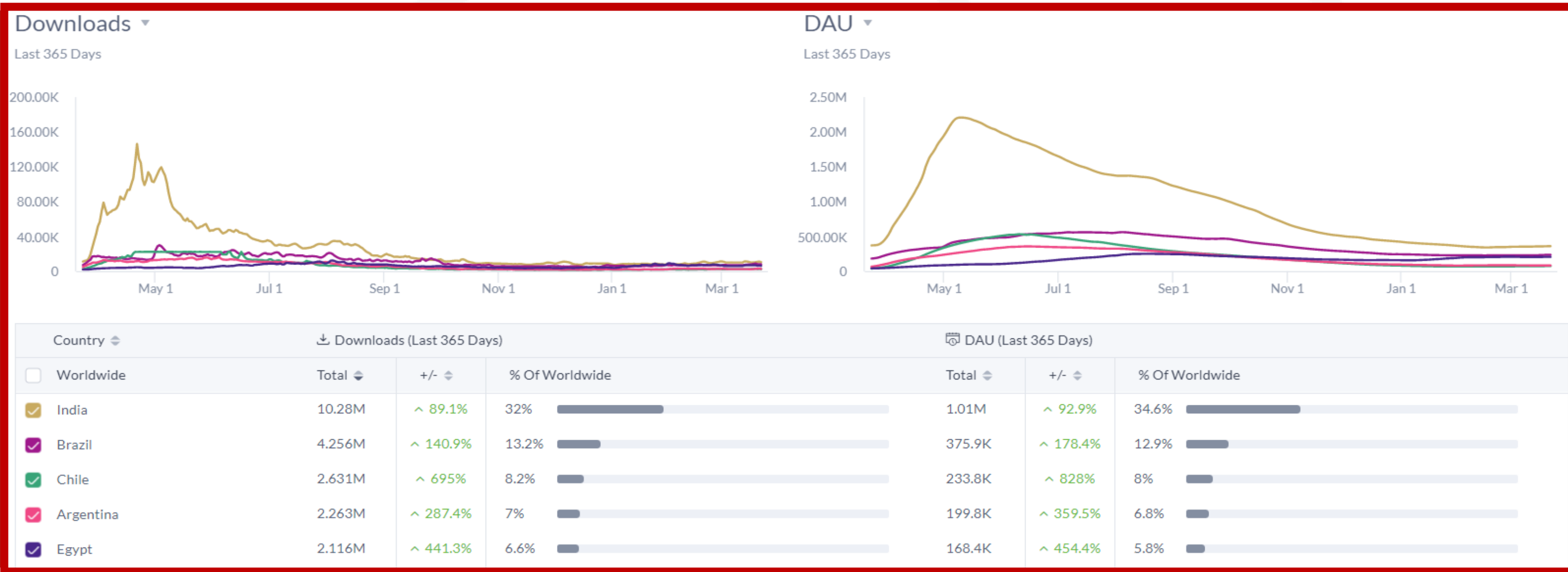
飞行棋

案例分析2：《Ludo Club - Fun Dice Game》

案例分析：《Ludo Club - Fun Dice Game》游戏概况



- App Name：Ludo Club - Fun Dice Game
- 游戏厂商：Moonfrog
- 上线时间：2017年9月（Android）
- 案例选取原因：巴西地区最受欢迎的飞行棋
- 热门地区：印度、巴西、智利、阿根廷、埃及（Android）
- 获客路径：Top5地区，巴西地区印度体量排第二。游戏在于2020年3月底和2020年4月底在巴西加速获客，达到用户体量峰值后缓慢回落，目前游戏呈下降趋势（Android）。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
India	10.28M	^ 89.1%	32%	1.01M	^ 92.9%	34.6%
Brazil	4.256M	^ 140.9%	13.2%	375.9K	^ 178.4%	12.9%
Chile	2.631M	^ 695%	8.2%	233.8K	^ 828%	8%
Argentina	2.263M	^ 287.4%	7%	199.8K	^ 359.5%	6.8%
Egypt	2.116M	^ 441.3%	6.6%	168.4K	^ 454.4%	5.8%

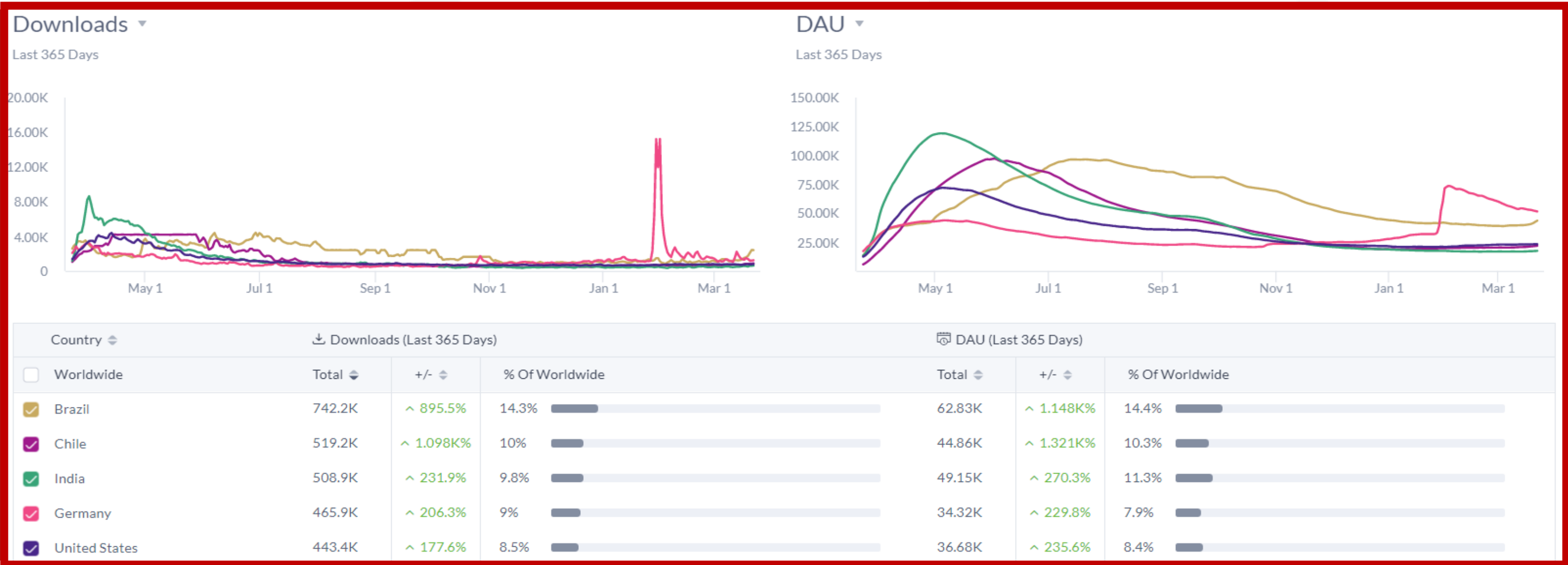


数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

案例分析：《Ludo Club - Fun Dice Game》游戏概况



- App Name：Ludo Club - Fun Dice Game
- 游戏厂商：Moonfrog
- 上线时间：2017年9月（iOS）
- 案例选取原因：巴西地区最受欢迎的飞行棋
- 热门地区：巴西、智利、印度、德国、美国（iOS）
- 获客路径：游戏于2020年4月底在Top5地区整体加大获客力度，并于2021年一月底在德国加大获客力度，目前游戏在Top5地区的发展相对稳定（iOS）。



Country	Downloads (Last 365 Days) Total	+/-	% Of Worldwide	DAU (Last 365 Days) Total	+/-	% Of Worldwide
Worldwide						
Brazil	742.2K	895.5%	14.3%	62.83K	1.148K%	14.4%
Chile	519.2K	1.098K%	10%	44.86K	1.321K%	10.3%
India	508.9K	231.9%	9.8%	49.15K	270.3%	11.3%
Germany	465.9K	206.3%	9%	34.32K	229.8%	7.9%
United States	443.4K	177.6%	8.5%	36.68K	235.6%	8.4%



数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

ADTIMING

Ludo Club - Fun Dice Game

数据分析——巴西半年下载量超过278万，IAP环比增长Android端为176%，iOS端为148%，发展势头较好

游戏数据表现（双平台）

《Ludo Club - Fun Dice Game》数据表现（近6个月）

巴西									
OS	DL	DL增长率	DAU	DAU增长率	IAP ($)	IAP增长率	Day1	Day3	Day7
Android	2.3M	26%	468.3K	94%	27.9K	176%	41%	23%	18%
iOS	432.2K	94%	81.1K	259%	30.7K	148%	42%	23%	17%

数据说明：《Ludo Club - Fun Dice Game》发布近半年获客路径；
数据来源：AppTopia，数据获取日期为2020年12月25日；其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。



ADTIMING

Ludo Club - Fun Dice Game

核心玩法分析——设有多种模式，在传统飞行棋的玩法上延展出Rules玩法

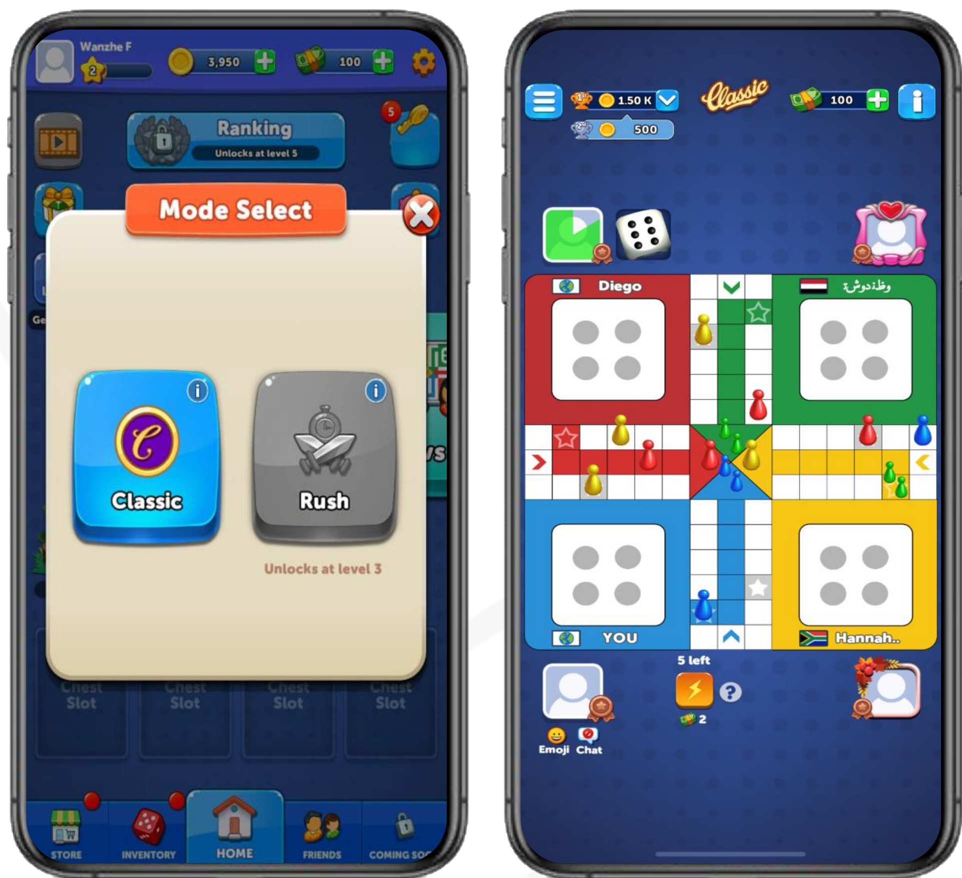
核心玩法分析

➢ **核心玩法**

游戏内共设有五种游戏模式，分为：**Online**、**2 vs 2**、**Local**、**Computer**和**Friends**。

玩家依次掷骰子，当掷得点数为6时，即可选择一枚棋子移动至起点，并再掷一次即为该枚棋子可移动步数。后续游戏中，若场上有可移动棋子，玩家则需选择一枚棋子移动骰子所显示点数的步数。若掷得骰子点数为6，玩家可选择未在场上的一枚棋子达到起点，并可再掷一次。每次掷得点数为6均可再掷一次。若场上无可移动棋子，且掷得点数不是6则需跳过该回合，直至掷得点数为6。棋盘中标有五角星的方格为安全格，未出于安全格的棋子，若后面有敌方棋子最终与未处于安全格的棋子落在一格时，则优先达到的棋子被杀死，回到游戏开始时位置。玩法虽然与传统飞行棋一致，但是在掷骰子的过程中，**若玩家对点数不满意，可以用钞票（游戏内货币）直接掷得指定点数。**

Rules玩法：在传统飞行棋规则上，比拼杀死棋子数量，并加上相应时间限制。若时间结束时，各方玩家均未将四枚棋子送到终点，则杀死棋子多的一方获胜。



ADTIMING

Ludo Club - Fun Dice Game

外围系统分析——外围系统完善，辅助游戏玩法给玩家更好的游戏体验

外围系统分析

➤ **外围系统**

新手引导：在开启新功能时，均有对应的新手引导和玩法说明，帮助玩家快速上手。其缺点是纯文字形式不够直观。

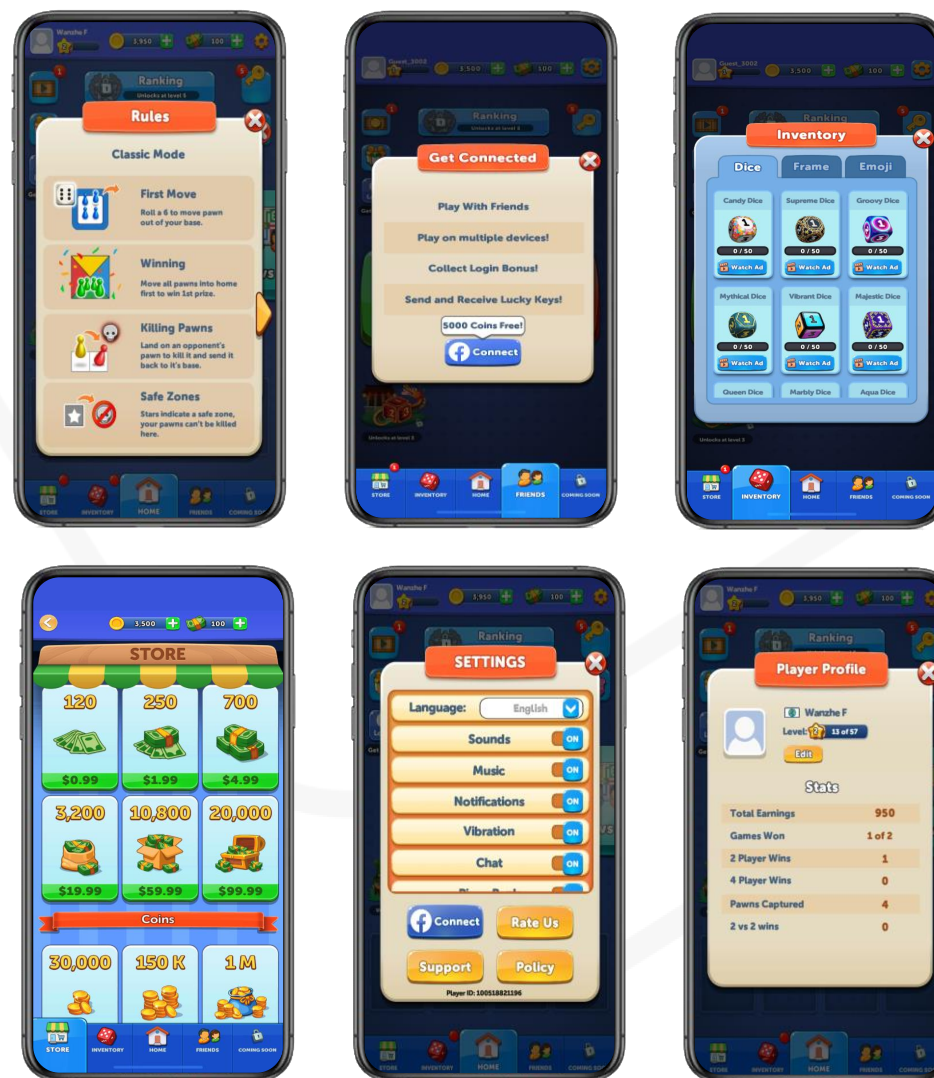
社交系统：玩家可登录Facebook账号，登录后可朋友间对战、获得5000金币、在不同设备上同步游戏数据。

皮肤系统：游戏内INVENTORY即为皮肤系统，玩家可通过观看广告或钞票购买获得骰子皮肤、头像框、表情。

商店系统：玩家可在商店系统中通过钞票购买Items，也可通过内购付费购买钞票和金币。

设置系统：玩家可根据需求设置语言、声音、音乐、消息通知、震动、聊天、存钱罐相关功能。

成就系统：玩家可通过点击看到各模式的胜场次数、总收益和胜利率等。



ADTIMING

Ludo Club - Fun Dice Game

美术与交互分析——棋子设计较为逼真；保证多方玩家的游戏体验

美术品质
交互设计
分析

➢ 美术品质

游戏内整体颜色偏深，背景呈现深蓝色，有若干颜色更深的点，像是骰子上的点数一样。在主界面的按钮上设计有动态光效，每隔一段时间，2 vs 2、广告、礼物、Ranking按钮均有动态发光光效闪过。主界面中的钥匙一直在跳动、旋转，引导刺激玩家点击这几种按钮。游戏内棋子设计与现实中的飞行棋相似，而且在掷骰子的过程中有骰子的旋转效果，接近现实中掷骰子的过程，玩家游戏体验更好，沉浸度更高。

➢ 交互设计

模式入口：主界面中，玩家可以直接看到的是Online按钮，该按钮是玩家在游戏内点击最多的按钮，将玩家常点击的按钮放在首位，有利于玩家寻找和点击。后续各模式顺序按照希望玩家点击和玩家点击次数多少一次排布。

回合内退出按钮：回合内，玩家无法直接找到退出按钮，退出按钮与其它功能性按钮共同合并于左上角的菜单中。退出按钮隐蔽，促进玩家能够全程游戏，在最大程度上保证了各方玩家的游戏体验。

时间限制：玩家每次掷骰子均有时间限制，玩家需要在时间结束前掷骰子，若未掷骰子，则会由系统对该方玩家进行托管，并会在被托管玩家头像处显示BOT ON和Tap here to stop。



ADTIMING

Ludo Club - Fun Dice Game

变现模式分析——采用混合变现模式，广告位相对完善

变现模式分析

➢ IAP变现

玩家可在游戏内付费购买竞技场抽奖券、金币。同时在游戏回合内，玩家也可以通过钞票按钮购买钞票。

$0.99=120钞票/30000金币

$99.99=2000钞票/50M金币

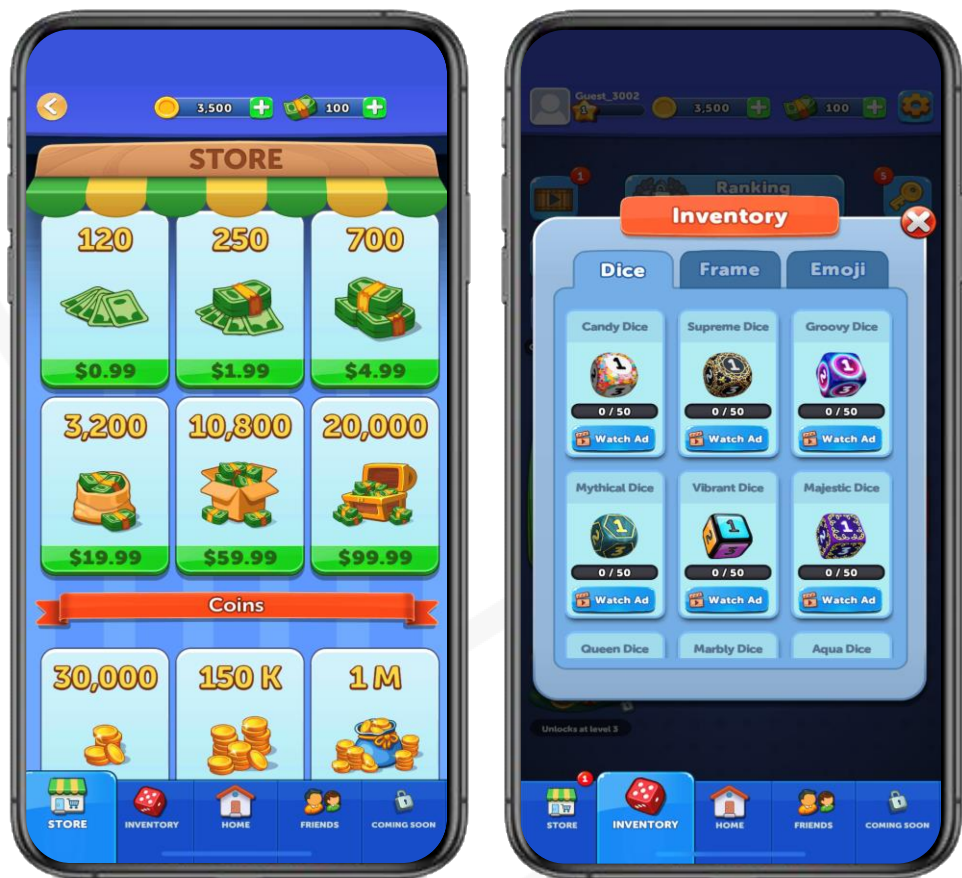
➢ IAA变现

插屏广告

- 在游戏结束且结算后弹出插屏广告。

激励视频广告

- 玩家可通过观看广告获得骰子皮肤、头像框、表情。
- 在玩家退出游戏后，会弹出激励视频广告。玩家可通过该激励视频广告获得广告失去的金币。
- 游戏左上角设有广告位，该广告有观看限制，玩家在可观看时广告按钮会变为蓝色，并显示可观看次数。若不能观看，则为灰色。



ADTIMING

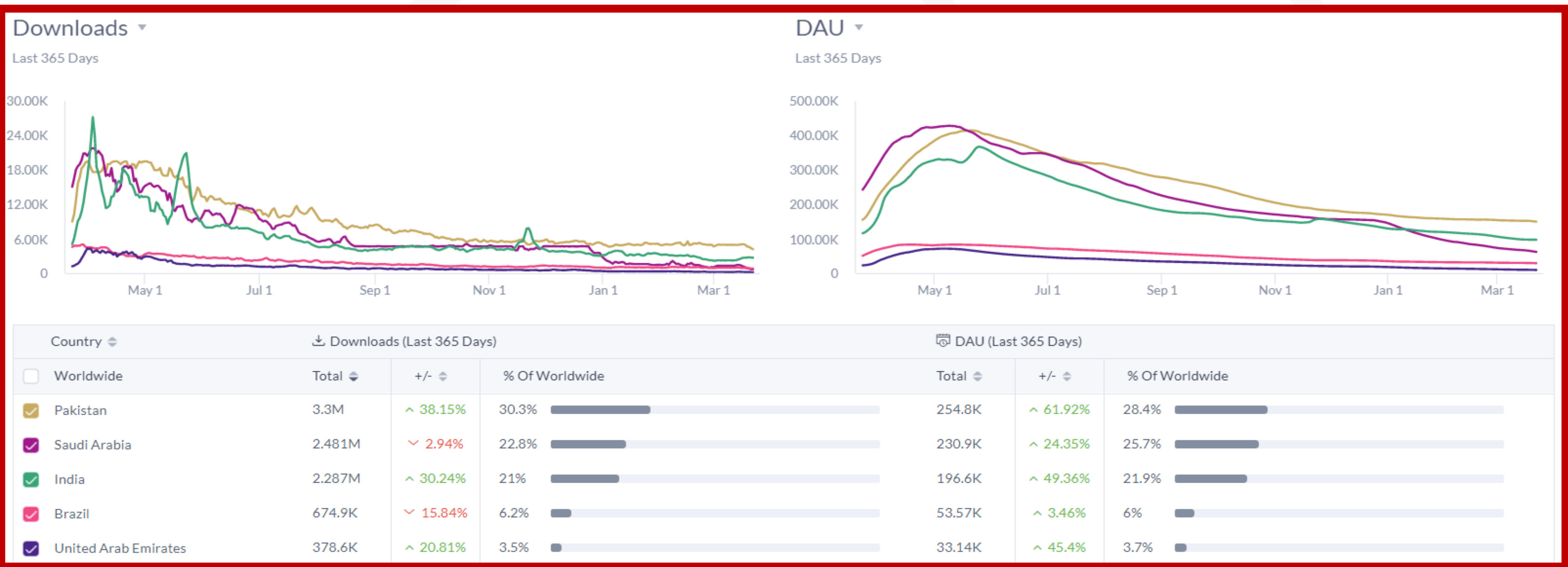
飞行棋

案例分析3：《Ludo Star 2》

案例分析：《Ludo Star 2》游戏概况



- App Name：Ludo Star 2
- 游戏厂商：Gameberry Labs
- 上线时间：2019年1月（Android）
- 案例选取原因：巴基斯坦地区最受欢迎的飞行棋类游戏
- 热门地区：巴基斯坦、沙特、印度、巴西、阿拉伯（Android）
- 获客路径：游戏于2020年3月中旬在Top5地区整体获客，但达到用户量峰值后迅速回落。目前各地区获客量相对稳定（Android）。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
Pakistan	3.3M	^ 38.15%	30.3%	254.8K	^ 61.92%	28.4%
Saudi Arabia	2.481M	v 2.94%	22.8%	230.9K	^ 24.35%	25.7%
India	2.287M	^ 30.24%	21%	196.6K	^ 49.36%	21.9%
Brazil	674.9K	v 15.84%	6.2%	53.57K	^ 3.46%	6%
United Arab Emirates	378.6K	^ 20.81%	3.5%	33.14K	^ 45.4%	3.7%



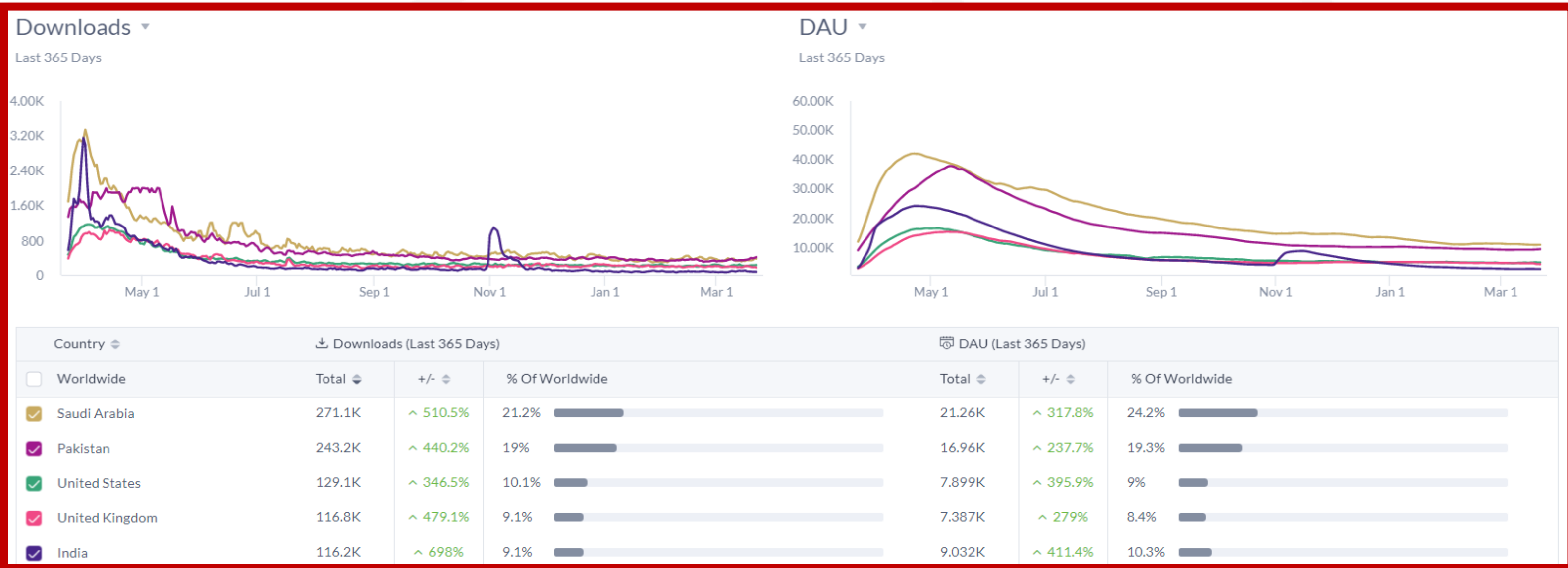
数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

ADTIMING

案例分析：《Ludo Star 2》游戏概况



- App Name：Ludo Star 2
- 游戏厂商：Gameberry Labs
- 上线时间：2019年10月（iOS）
- 案例选取原因：巴基斯坦地区最受欢迎的飞行棋类游戏
- 热门地区：沙特、巴基斯坦、美国、印度、英国（iOS）
- 获客路径：游戏于2020年3月中旬在Top 5地区加大获客力度，迅速达到用户体量峰值，保持一段时间后，缓慢回落，目前游戏获客量相对稳定（iOS）。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
Saudi Arabia	271.1K	510.5%	21.2%	21.26K	317.8%	24.2%
Pakistan	243.2K	440.2%	19%	16.96K	237.7%	19.3%
United States	129.1K	346.5%	10.1%	7.899K	395.9%	9%
United Kingdom	116.8K	479.1%	9.1%	7.387K	279%	8.4%
India	116.2K	698%	9.1%	9.032K	411.4%	10.3%



数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

ADTIMING

Ludo Star 2

数据分析——半年下载量超过160万，iOS端留存相对较高

游戏数据表现（双平台）

《Ludo Star 2》数据表现（近6个月）

巴基斯坦									
OS	DL	DL 增长率	DAU	DAU 增长率	IAP ($)	IAP 增长率	Day1	Day3	Day7
Android	1.5M	-19%	279.8K	23%	19.2K	63%	37%	16%	13%
iOS	90.4K	-37%	16.8K	15%	10.8K	55%	45%	19%	10%

数据说明：《Ludo Star 2》（Android）发布近半年获客路径；
数据来源：AppTopia，数据获取日期为2020年12月25日；其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。



ADTIMING

Ludo Star 2

核心玩法分析——设有多种模式和蛇梯棋玩法，满足多方用户需求

核心玩法分析

➢ 核心玩法

游戏内分为飞行棋和蛇梯棋。飞行棋分为**CLASSIC**、**ARROW和QUICK**。蛇梯棋分为**2 Players**和**Private**。

CLASSIC：传统飞行棋，玩法与传统飞行棋一致。

ARROW：在传统飞行棋的基础上制定了新的规则。在棋盘增加了箭头，若棋子落在箭头尾端格子即可到达箭头顶端格子并再掷一次骰子。

QUICK：在ARROW的基础之上，在游戏开始时，即有一枚棋子在营地外，玩家无需通过掷得6来将骰子移到营地外。且该模式，只要有一方的一枚骰子到达终点，即结束游戏。

Private：玩家需将房间号码发送给朋友一起进行游戏。



Ludo Star 2

外围系统分析——外围系统完善，为玩家提供更好的游戏体验

外围系统分析

➢ **外围系统**

SHOP：玩家可在商店中购买钻石、金币和道具。

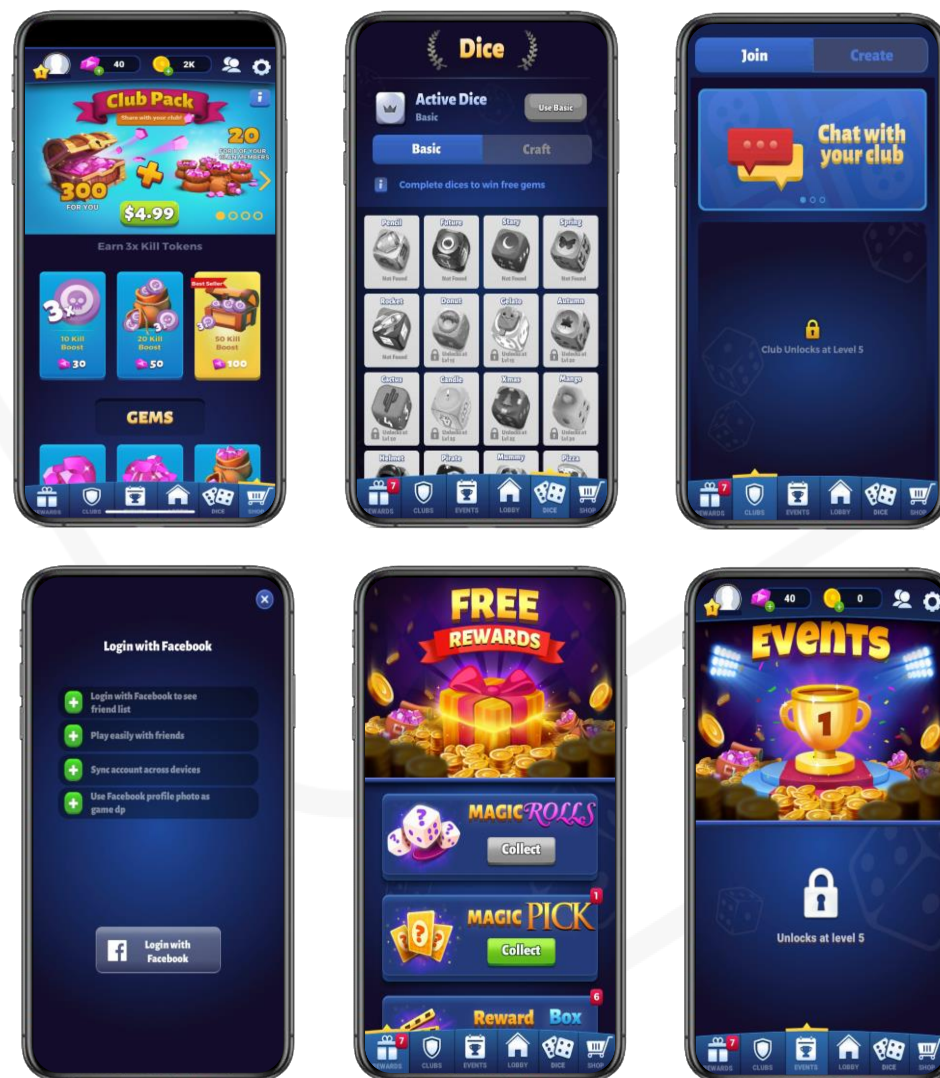
DICE：玩家可通过游戏获得骰子皮肤。皮肤分为Basic和Craft。

CLUBS：玩家可加入club或者创建club，获得club perks。

社交系统：玩家可登录Facebook账号，获得好友列表、与好友一同游戏、跨设备同步账号、使用Facebook头像。

REWARDS：玩家可获得免费奖励，包括MAGIC ROLLS、MAGIC PICK，还可以通过观看激励视频广告开启Reward Box。

EVENTS：玩家在等级达到5时开启EVENTS系统，可查看排名。



ADTIMING

Ludo Star 2

美术与交互分析——外围系统完善，为玩家提供更好的游戏体验

美术品质
交互设计 **分析**

➢ 美术品质

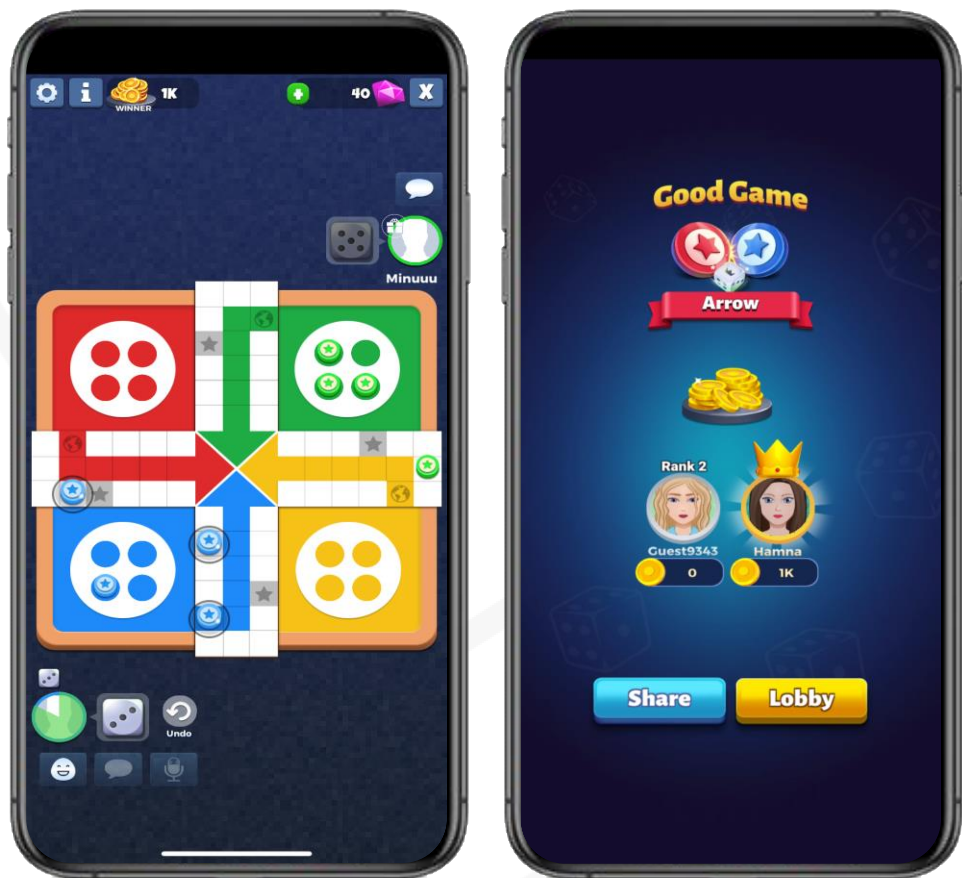
游戏为2D卡通风格，在设计上面，**骰子皮肤和棋子样式**设计的**较为Q版**。游戏内背景为**深蓝紫色**，颜色深沉，但是棋盘颜色较为明亮，二者形成对比，对于玩家的视觉体验更好。

➢ 交互设计

界面元素：在主界面中，常用模式按钮位于画面中间，下方是各外围系统功能切换按钮，上方设有头像、金币和钻石数量、朋友列表、设置系统等。

回合内：游戏回合内，中心为游戏棋盘，棋盘四角有玩家头像和聊天、标签和语音按钮。棋盘上方有设置、说明按钮，同时设有金币数量和钻石数量显示，退出按钮在界面右上角。

结算界面：在游戏开始界面会有交入场费的过程，同时在结算界面设有为胜利者发放奖金的过程，并会在胜利者头像上放上皇冠，玩家对奖励感知较强。



ADTIMING

Ludo Star 2

变现模式分析——混合变现，广告变现以激励视频为主

变现模式分析

➢ IAP变现

2020年6月1日~2020年11月30日IAP变现：巴基斯坦**超$2万**

Club Pack：$4.99=300钻石+同Club的8位成员赠送20钻石

钻石：$19.99=1900(Best Seller), $99.99=11.5K(Most Value)

金币：$9.99=150K(Best Seller), $59.99=2M(Most Value)

BOOSTERS (4×)：$2.99=4 Days(Best Seller),

$9.99=15 Days(Most Value)

抽金卡：$0.99抽一次

➢ IAA变现

激励视频广告位：

- 在抽卡时，可通过观看激励视频广告再抽一次。
- 在Reward Box中，可通过观看激励视频广告获得金币、钻石、Chest。



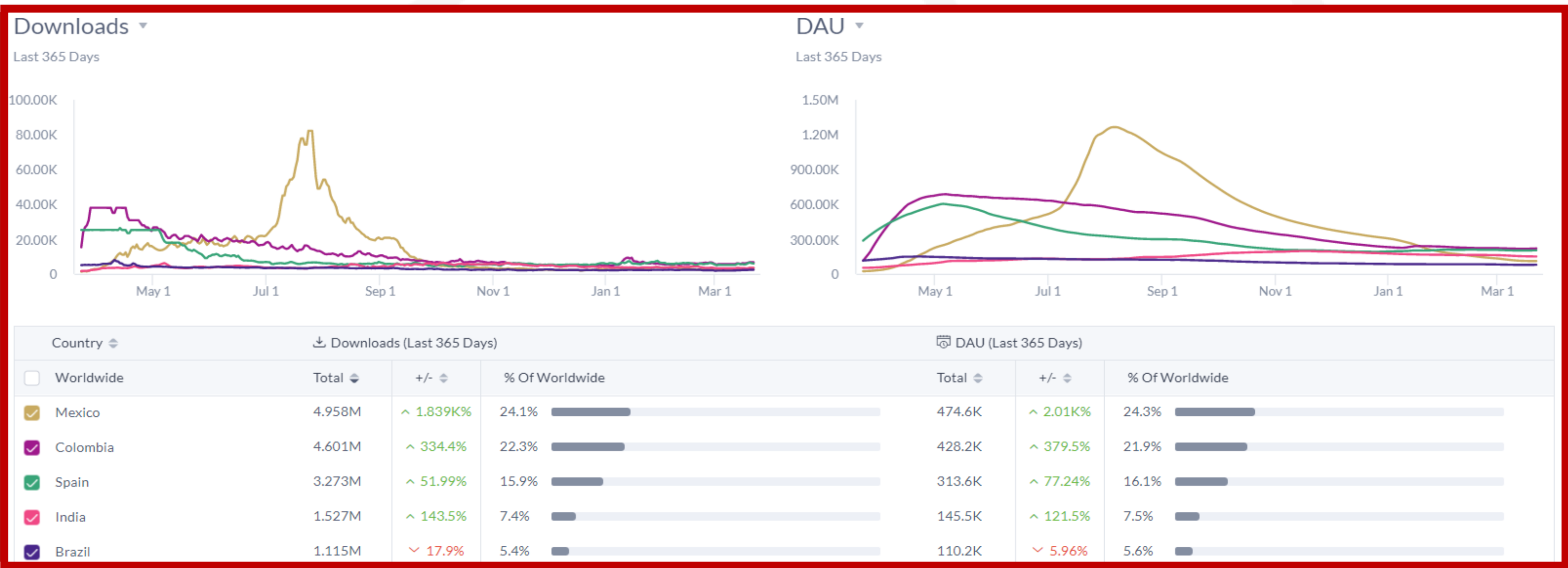
飞行棋

案例分析4：《Parchisi STAR》

案例分析：《Parchisi STAR》游戏概况



- App Name：Parchisi STAR
- 游戏厂商：Gameberry Labs
- 上线时间：2017年2月（Android）
- 案例选取原因：墨西哥地区最受欢迎的飞行棋类游戏
- 热门地区：墨西哥、哥伦比亚、西班牙、印度、巴西（Android）
- 获客路径：游戏于2020年3月底在墨西哥开始获客，并于2020年7月底达到用户体量峰值后迅速回落，目前游戏获客呈现稳定趋势（Android）。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
Mexico	4.958M	1.839K%	24.1%	474.6K	2.01K%	24.3%
Colombia	4.601M	334.4%	22.3%	428.2K	379.5%	21.9%
Spain	3.273M	51.99%	15.9%	313.6K	77.24%	16.1%
India	1.527M	143.5%	7.4%	145.5K	121.5%	7.5%
Brazil	1.115M	17.9%	5.4%	110.2K	5.96%	5.6%



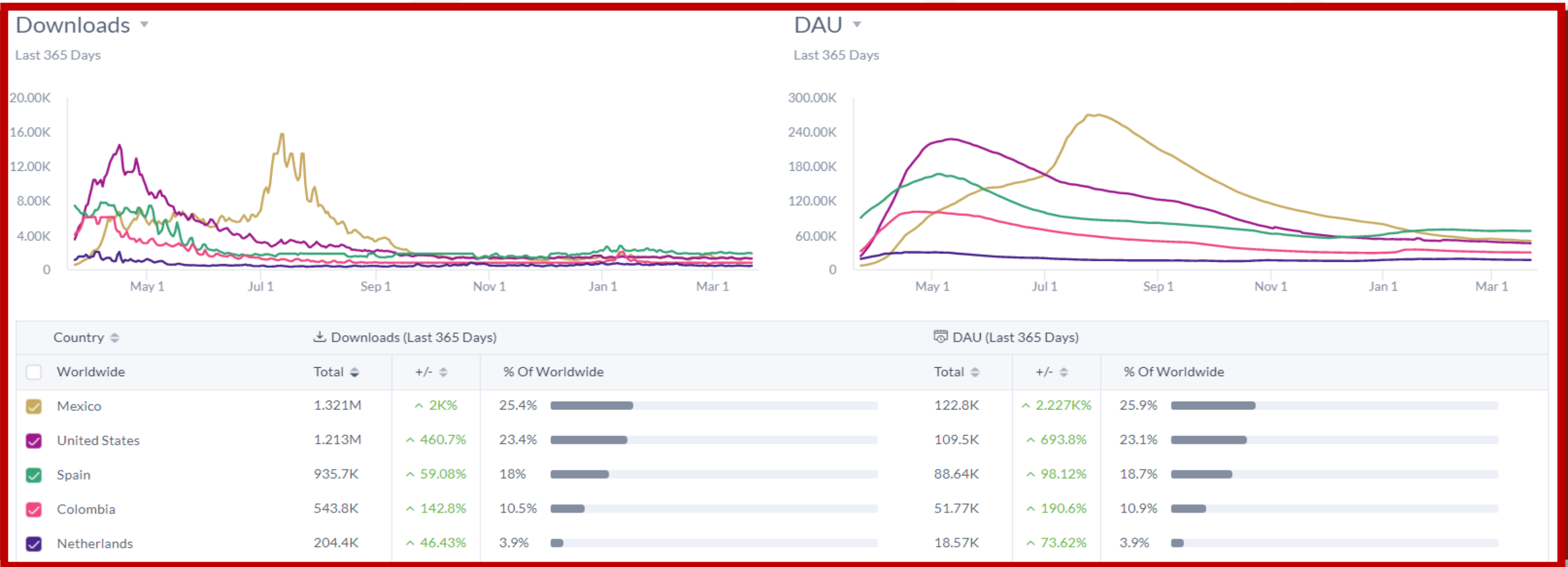
数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

ADTIMING

案例分析：《Parchisi STAR》游戏概况



- App Name：Parchisi STAR
- 游戏厂商：Gameberry Labs
- 上线时间：2017年3月（iOS）
- 案例选取原因：墨西哥地区最受欢迎的飞行棋类游戏
- 热门地区：墨西哥、美国、西班牙、哥伦比亚、荷兰（iOS）
- 获客路径：游戏于2020年3月底在墨西哥地区加大获客力度，并于2020年7月中旬达到用户体量峰值后迅速回落。目前游戏获客呈现稳定趋势（iOS）。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
Mexico	1.321M	2K%	25.4%	122.8K	2,227K%	25.9%
United States	1.213M	460.7%	23.4%	109.5K	693.8%	23.1%
Spain	935.7K	59.08%	18%	88.64K	98.12%	18.7%
Colombia	543.8K	142.8%	10.5%	51.77K	190.6%	10.9%
Netherlands	204.4K	46.43%	3.9%	18.57K	73.62%	3.9%



数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

ADTIMING

Parchisi STAR

数据分析——半年下载量超过460万，Android端和iOS端IAP环比增长分别为403%和252%

游戏数据表现（双平台）

《Parchisi STAR》数据表现（近6个月）

墨西哥									
OS	DL	DL增长率	DAU	DAU增长率	IAP ($)	IAP增长率	Day1	Day3	Day7
Android	3.8M	305%	737.3K	765%	145K	403%	42%	23%	19%
iOS	830.8K	131%	174.8K	428%	325.8K	252%	41%	24%	19%

数据说明：《Parchisi STAR》（Android）发布近半年获客路径；
数据来源：AppTopia，数据获取日期为2020年12月25日；其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。



ADTIMING

Parchisi STAR

核心玩法分析——两枚骰子进行游戏，同时设有西班牙玩法

核心玩法分析

➢ **核心玩法**

经典模式：该游戏为两枚骰子的飞行棋。当两枚骰子中有点数5或相加之和为5的倍数时，方可从营地移动出来棋子，几个5可移动几枚棋子。后期场上若有2枚及2枚以上棋子时，可选择其中两枚分别移动两枚骰子点数或选择一枚棋子移动骰子点数之和。若场上可移动棋子仅有1枚时，此枚棋子只能移动其中一个骰子的点数。若两枚骰子掷得点数相同时，则可移动棋子后再掷一次。若连续三次两枚骰子点数相同，则第三次所掷点数无效。若玩家将对方棋子遣返回营地，则可额外选择一枚可移动棋子前进20步。若玩家一枚棋子到达终点，则可选择另一枚棋子前进10步。棋盘中灰色加☆的格子为安全格，处于安全格的棋子不能被遣返。但两枚不同颜色的棋子不能同处同一安全格。当两枚同色棋子处于同一格子时，形成屏障，任何棋子均不可超过该屏障，当两枚骰子点数相同时，方可直接穿过屏障（屏障棋子可移动，移动后屏障作用消失）。

西班牙玩法：除经典模式规则外，当两枚不同色棋子处于同一安全区时，也会形成屏障，破解方法与经典模式相同。



ADTIMING

Parchisi STAR

外围系统分析——设有飞行棋中少见的Chest系统

外围系统分析

- **外围系统**

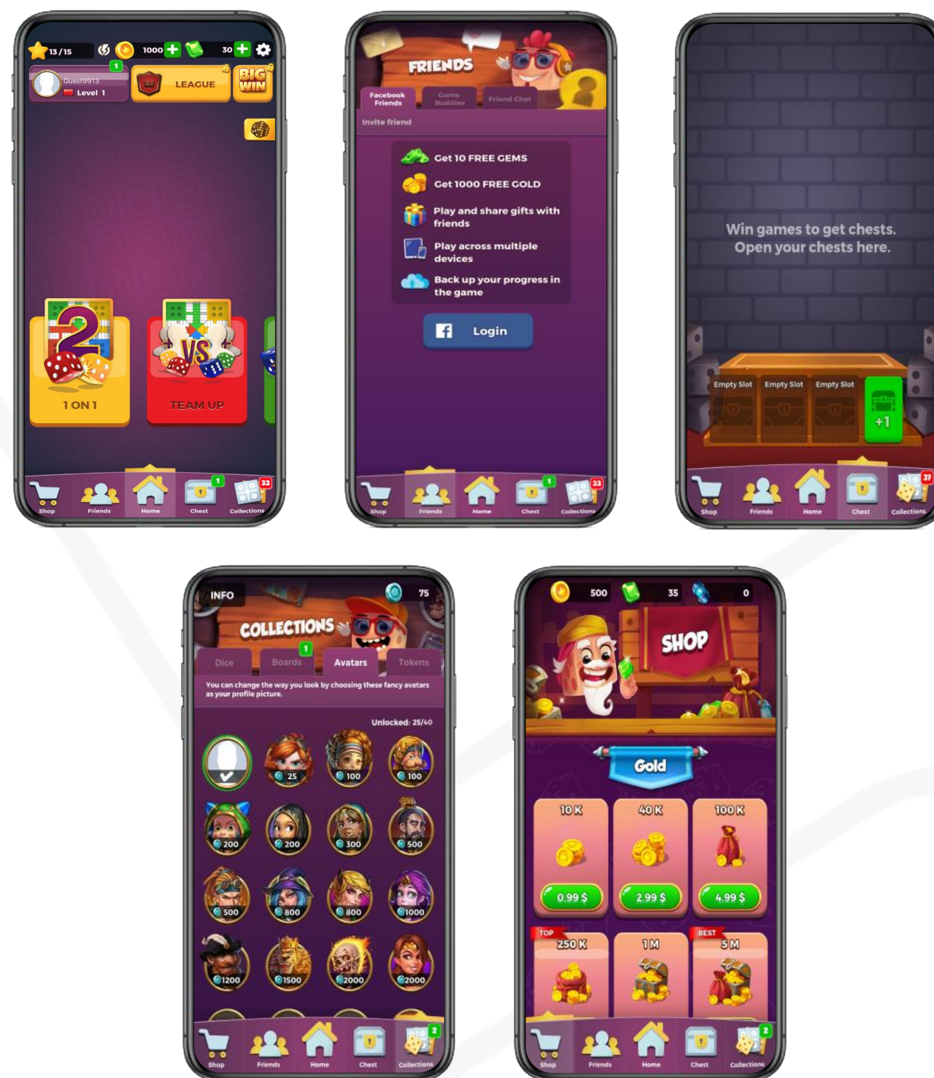
多种模式：游戏内设有多种游戏模式，包括**1 ON 1、TEAM UP、4 PLAYER、PLAY WITH FRIENDS、PLAY OFFLINE。**

社交系统：玩家可通过Facebook账号登录游戏，登录账号可获得一些奖励。同时玩家可在游戏内查看**Facebook Friends、Gane Buddies、Friend Chat。**

Chest：玩家可通过在游戏中获胜获得Chests，并在Chest打开Chests。通过Chests可获得各种皮肤道具。

Collections：玩家可购买骰子皮肤、棋盘风格、头像、棋子皮肤。

Shop：玩家通过内购方式购买Gold、Gems、4× Boost。



ADTIMING

Parchisi STAR

美术与交互分析——美术品质较高；交互设计合理

美术品质
交互设计 分析

➢ **美术品质**

游戏为2D卡通风格，骰子为3D风格。与其它飞行棋游戏相比，该游戏画面颜色较为深，没有那么鲜艳。游戏内骰子、棋盘、头像、棋子风格较多，都比较卡通，且细节打磨均很细致，可以满足不同玩家的喜好。

➢ **交互设计**

界面元素：主界面中，中间为各模式入口，下方为不同界面切换按钮，上方有设计金币和钻石数量、等级进度、设置系统、个人信息、LEAGUE、BIGWIN。

回合内：回合内中间为游戏棋盘，棋盘四角有四名玩家的头像和昵称，游戏内可进行文字沟通与发送表情，同时可互送礼物。游戏右上角设有菜单按钮、奖励说明，右上角设有钻石数量显示。



ADTIMING

Parchisi STAR

变现模式分析——采用混合模式变现，以IAP变现为主

变现模式分析

➢ IAP变现

2020年6月1日~2020年11月30日IAP变现：墨西哥**超$47万**

玩家可在游戏内付费购买金币、钻石、4倍经验值、购买Chest Slot。

金币： $9.99=250K（TOP）；$39.99=5M（BEST）

钻石： $9.99=2000钻石（TOP）；$39.99=11K（BEST）

4倍经验值：$14.99=30day（TOP）；$49.99=150day（BEST）

➢ IAA变现

激励视频广告位：

- 游戏内设有奇遇广告位（位于主界面），玩家可通过观看广告获得金币或者钻石。



ADTIMING

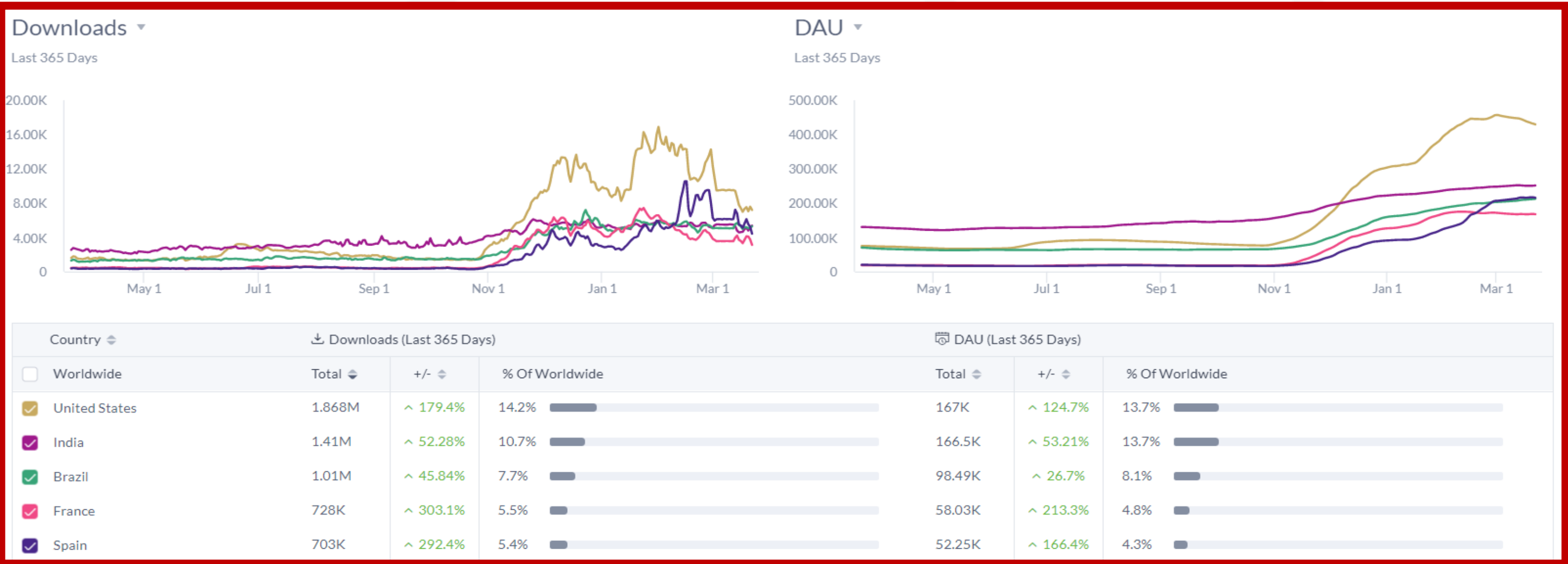
各国象棋

案例分析5：《Chess - Play & Learn》

案例分析：《Chess – Play & Learn》游戏概况



- App Name：Chess - Play & Learn
- 游戏厂商：Chess.com
- 上线时间：2014年5月（Android）
- 案例选取原因：美国地区最受欢迎的各国象棋类游戏
- 热门地区：美国、印度、巴西、法国、西班牙（Android）
- 获客路径：Top5地区中，流量主要集中在美国。游戏于2020年10月底在美国地区加大获客力度，并于2020年12月中旬达到用户体量峰值，目前呈现下降趋势（Android）。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
United States	1.868M	179.4%	14.2%	167K	124.7%	13.7%
India	1.41M	52.28%	10.7%	166.5K	53.21%	13.7%
Brazil	1.01M	45.84%	7.7%	98.49K	26.7%	8.1%
France	728K	303.1%	5.5%	58.03K	213.3%	4.8%
Spain	703K	292.4%	5.4%	52.25K	166.4%	4.3%



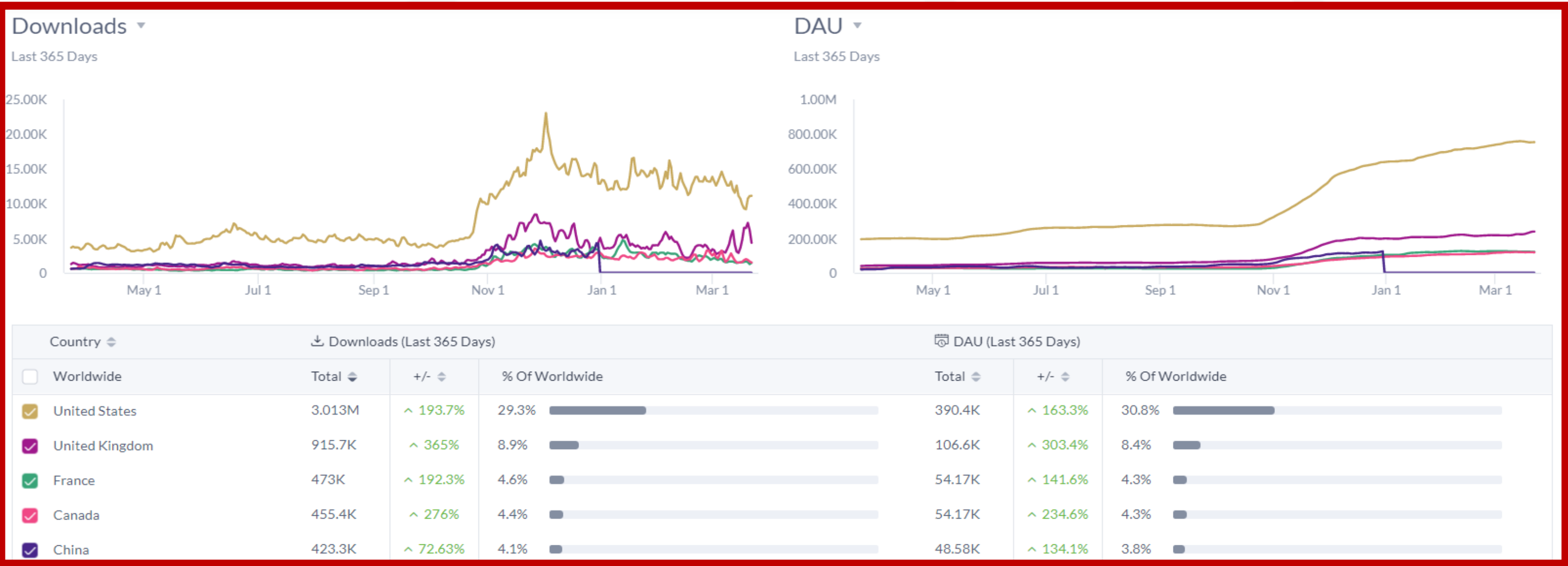
数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

ADTIMING

案例分析：《Chess – Play & Learn》游戏概况



- App Name：Chess - Play & Learn
- 游戏厂商：Chess.com
- 上线时间：2009年10月（iOS）
- 案例选取原因：美国地区最受欢迎的各国象棋类游戏
- 热门地区：美国、英国、法国、加拿大、中国（iOS）
- 获客路径：Top5地区中，流量主要集中在美国。游戏于2020年10月底在美国加速获客，并于2020年12月初达到用户体量峰值。目前游戏呈现下降趋势，但每个月仍有两到三次买量。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
United States	3.013M	193.7%	29.3%	390.4K	163.3%	30.8%
United Kingdom	915.7K	365%	8.9%	106.6K	303.4%	8.4%
France	473K	192.3%	4.6%	54.17K	141.6%	4.3%
Canada	455.4K	276%	4.4%	54.17K	234.6%	4.3%
China	423.3K	72.63%	4.1%	48.58K	134.1%	3.8%



数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

ADTIMING

Chess - Play & Learn

数据分析——半年下载量超过167万，Android平台IAP环比高达85%

游戏数据表现（双平台）

《Chess - Play & Learn》数据表现（近6个月）

美国									
OS	DL	DL增长率	DAU	DAU增长率	IAP ($)	IAP增长率	Day1	Day3	Day7
Android	473.8K	57%	87.9K	17%	243.2K	85%	38%	23%	19%
iOS	1.2M	88%	288.7K	53%	656.6K	28%	39%	22%	16%

数据说明：《Chess - Play & Learn》发布近半年获客路径；
数据来源：AppTopia，数据获取日期为2020年12月25日；其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。



ADTIMING

Chess - Play & Learn

核心玩法分析——增加了上课和解谜系统

核心玩法分析

➢ **核心玩法**

游戏内设有**网上下棋、与计算机下棋、解决难题、上课、每日棋谜**五种模式。

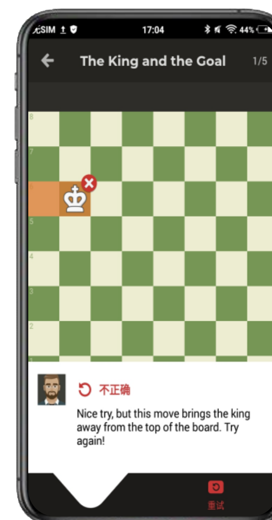
网上下棋和与计算机下棋：两种模式均是传统国际象棋规则，只是匹配方式上的不同。网上下棋是真人对战，而与计算机下棋是人机对战。

解决难题：游戏内的闯关模式。在该模式中，玩家与电脑对战，解决已排布好的棋局，完成闯关，并进入下一关。在该模式中，玩家可任意走棋，若玩家走棋错误，会出现错误提示，同时可查看对应分析。

每日棋谜：每日更新新的棋谜，难度较高，玩家只能按照既定的轨迹移动棋子，不能随意移动棋子。具有较强的挑战性。

上课：在上课中，玩家可以学习国际象棋的移动规则。在观看讲解视频后，由玩家实际上手操作，系统会对移动进行解读。









ADTIMING

Chess - Play & Learn

外围系统分析——外围系统满足玩家个性化需求

外围系统分析

➤ **外围系统**

谜题系统：玩家可在该系统中选择评分的、学习、每排中棋局的数量、谜题战、每日谜题。

社交系统：玩家在登录后，可以与好友一起下棋，增加用户粘度，提高用户留存。

主题系统：玩家可以根据个人喜好选择不同的主题背景，满足玩家多样化需求。

今天系统：玩家可以查阅有关国际象棋的全球新闻、课程、文章、视频等。

更多系统：玩家可在更多中查看统计信息、主题、成就、好友、消息、通过和玩等相关信息。



ADTIMING

Chess - Play & Learn

美术与交互分析——美术接近现实；交互设计符合玩家习惯

美术品质
交互设计 分析

➢ 美术品质

该游戏画风为2D简洁画风，同时玩家可根据自己的喜好更换画风主题，也可自定义画风主题。

➢ 交互设计

视野：俯视，玩家可直观地看清场上局势。

画面：国际象棋棋盘较大，游戏中将国际象棋棋盘等比缩小，还原度高。

界面设计：将玩家常用的功能放在界面上方，玩家可以直接选择。对于不常用的功能放在界面下方，玩家可通过滑动选择。对于最不常用的功能，则未显示在主界面。符合玩家交互逻辑。



Chess - Play & Learn

变现模式分析——以IAP变现为主

变现模式分析

- **IAP变现**

2020年6月1日~2020年11月30日IAP变现：美国**超$85万**

- **IAA变现**

暂无



各国象棋

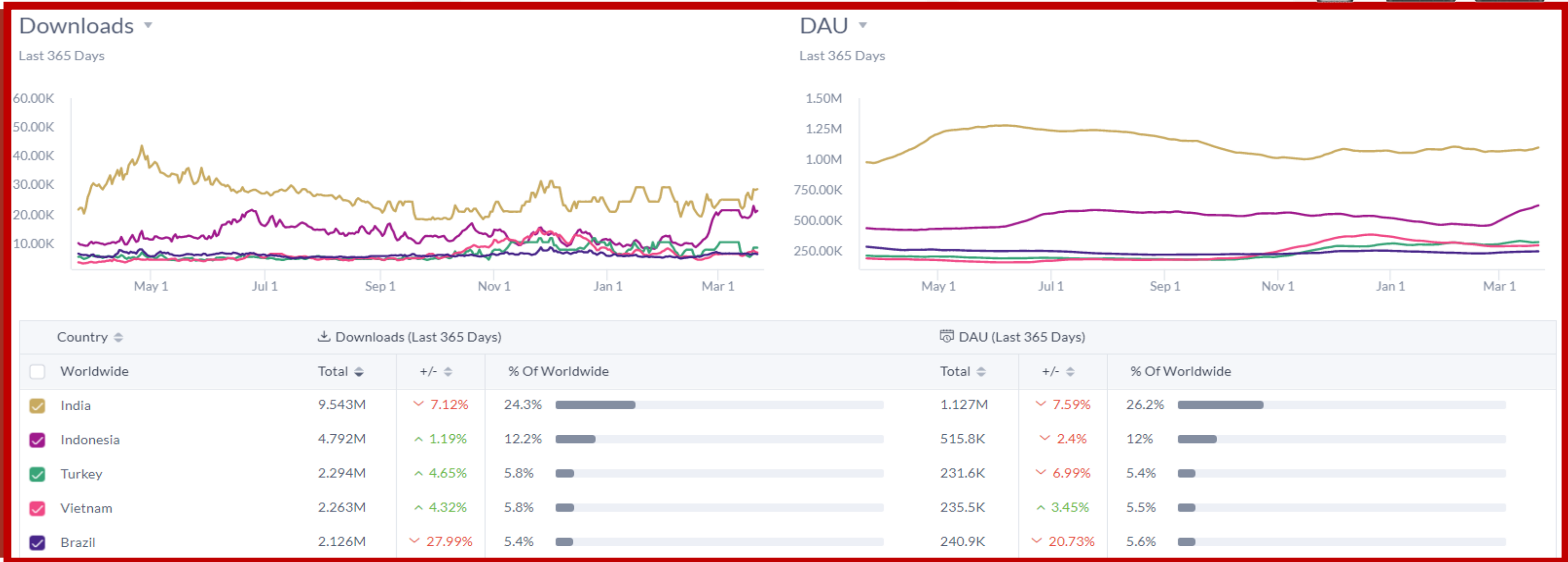
案例分析6：《Chess》

案例分析：《Chess》游戏概况



- App Name：Chess
- 游戏厂商：Chess Prince
- 上线时间：2015年6月（Android）
- 案例选取原因：印尼地区最受欢迎的各国象棋类
- 热门地区：印度、印尼、土耳其、越南、巴西（Android）





Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
India	9.543M	7.12%	24.3%	1.127M	7.59%	26.2%
Indonesia	4.792M	1.19%	12.2%	515.8K	2.4%	12%
Turkey	2.294M	4.65%	5.8%	231.6K	6.99%	5.4%
Vietnam	2.263M	4.32%	5.8%	235.5K	3.45%	5.5%
Brazil	2.126M	27.99%	5.4%	240.9K	20.73%	5.6%

- 获客路径：Top5地区中，流量主要集中在印度。游戏在印度地区4月初开始加大获客力度。其它地区游戏于2020年6月初开始加大获客力度，达到用户体量峰值后缓慢回落。目前在持续买量中，每个月有3次左右买量（Android）。

数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

ADTIMING

Chess

数据分析——半年下载量超过3百万，但IAP收入较低

游戏数据表现（Android）

《Chess》数据表现（近6个月）

印尼									
OS	DL	DL增长率	DAU	DAU增长率	IAP ($)	IAP增长率	Day1	Day3	Day7
Android	2.6M	31%	550K	19%	597	10%	38%	20%	17%

越南									
OS	DL	DL增长率	DAU	DAU增长率	IAP ($)	IAP增长率	Day1	Day3	Day7
Android	1.2M	49%	200.8K	-10%	1676	44%	37%	21%	17%

数据说明：《Chess》（Android）发布近半年获客路径；
数据来源：AppTopia，数据获取日期为2020年12月25日；其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。



ADTIMING

Chess

核心玩法分析——Puzzle玩法是其特色

核心玩法分析

- **玩法特色**

游戏内设有多种模式，其中较有特色的为**Puzzle**模式。

Puzzle：此模式内为未完成棋谜，玩家需要一步通关。考察玩家的策略性和棋艺的精湛。该模式设有100个关卡，并在主界面设计上会显示当前所处关卡。

BEGINNER：初学者模式。与传统国际象棋玩法一致，只是该模式内游戏难度相对较低。

其余各模式随着游戏等级的提高逐一开放。



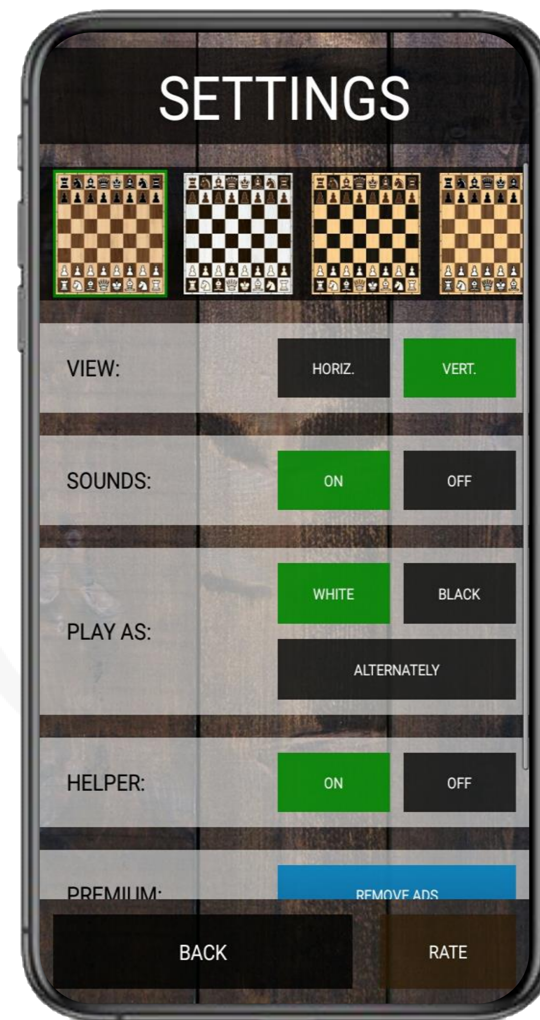
Chess

外围系统分析——玩家可进行个性化设置，同时可分享游戏给朋友

外围系统分析

➢ **外围系统**

设置系统：在设置系统内，玩家可根据喜好设置不同风格的棋盘、切换不同视角（水平视角：横屏游戏，接近现实；垂直视角：竖屏游戏，为平板模式）、开关声音、选择己方棋子（白棋、黑棋、黑白交替进行）、帮助开关、去广告等。



Chess

美术与交互分析——两种视角满足不同玩家需求，交互设计给予玩家更好的游戏体验

美术品质 交互设计 分析

➢ 美术品质

游戏整体美术品质较高。游戏背景为木制桌子，木头纹理打磨较为细致，给玩家一种身临其境的感觉。

游戏在水平视角（横屏）为2D写实画风。棋子为3D设计，与现实生活中棋子样式一致。

游戏在垂直视角（竖屏）为2D见简洁画风，呈现平面的样式。

➢ 交互设计

视野：水平视角的游戏过程中，与现实生活中国际象棋视角一致。

各模式入口：主要的两个模式显示在主界面中，其余不重要的模式或未解锁的模式则需要滑动寻找。

回合内：水平视角中，右上角设有菜单按钮、重新开始按钮；右上角设有撤回按钮、说明按钮、提示按钮。在垂直视角中，按钮平铺排放在界面下方。

声音：在落子时，有类似棋子落在木制棋盘的声音，较为逼真。



ADTIMING

Chess

变现模式分析——采用混合模式变现，交叉推广广告位使玩家留在自己的矩阵内

变现模式分析

➢ IAP变现

2020年6月1日~2020年11月30日IAP变现：印尼**超$5百**、越南**超$1千**

玩家可购买去广告服务——＄5.99=去广告

➢ IAA变现

插屏广告：

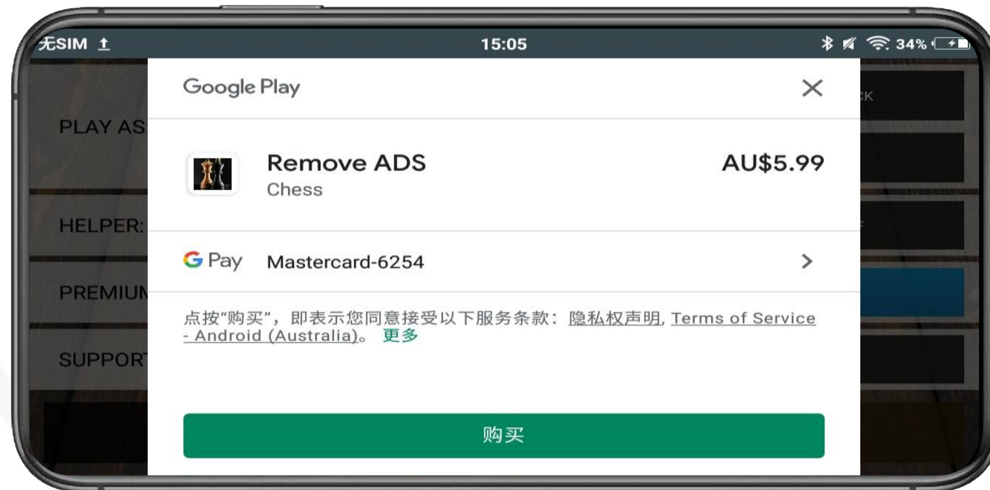
- 在每局游戏结束后，玩家进行下一步操作后，弹出插屏广告。

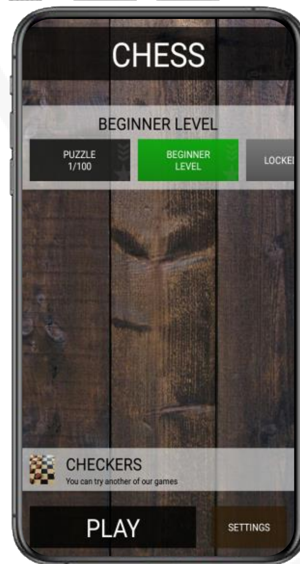
交叉推广广告：

- 在游戏的主界面的下方设有交叉推广广告，玩家可在此按钮下载该开发者的其它游戏，将玩家留在开发者自己的矩阵中。

Banner

- 玩家在暂停游戏时，弹出界面上方有Banner广告位。







ADTIMING

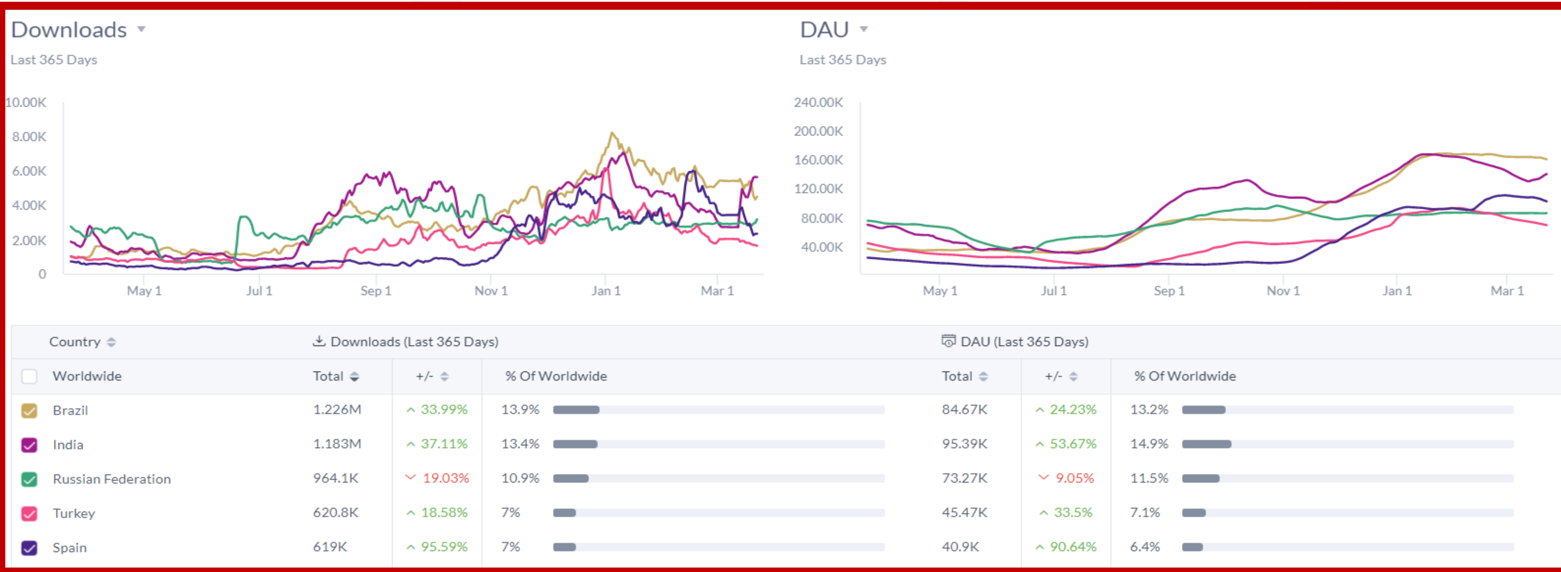
各国象棋

案例分析7：《Chess - Clash of Kings》

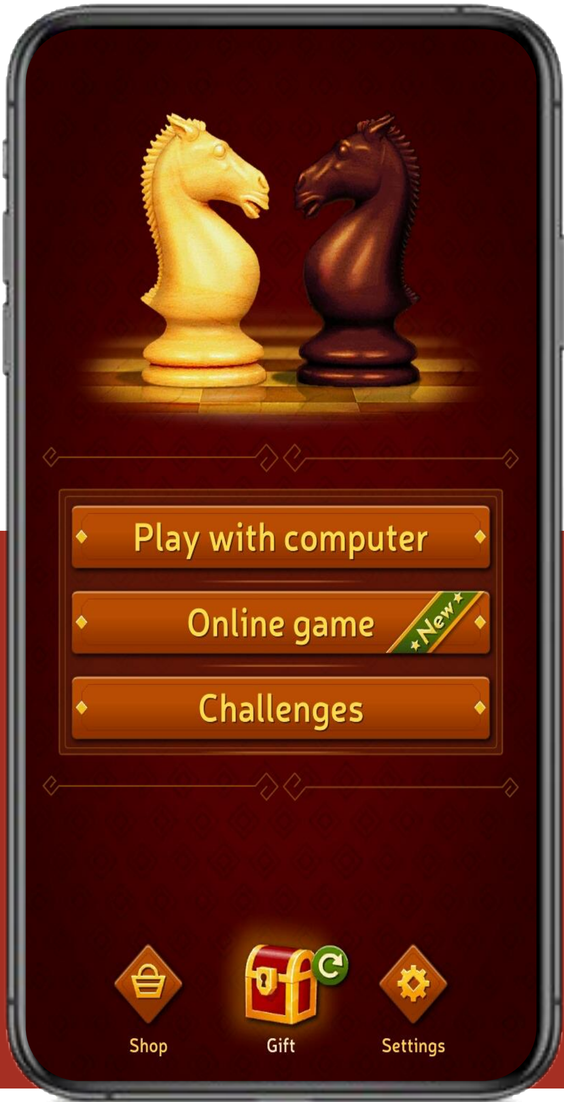
案例分析：《Chess – Clash of Kings》游戏概况



- App Name：Chess - Clash of Kings
- 游戏厂商：Chess & Checkers Games
- 上线时间：2018年9月（Android）
- 案例选取原因：俄罗斯地区最受欢迎的各国象棋类游戏
- 热门地区：巴西、俄罗斯、泰国、土耳其、美国（Android）
- 获客路径：游戏分别于2020年6月底和2020年7月底在Top 5地区加大获客力度，并于2020年10月达到峰值后迅速回落。目前游戏获客呈现稳定趋势（Android）。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
Brazil	1.226M	33.99%	13.9%	84.67K	24.23%	13.2%
India	1.183M	37.11%	13.4%	95.39K	53.67%	14.9%
Russian Federation	964.1K	19.03%	10.9%	73.27K	9.05%	11.5%
Turkey	620.8K	18.58%	7%	45.47K	33.5%	7.1%
Spain	619K	95.59%	7%	40.9K	90.64%	6.4%



数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

ADTIMING

Chess - Clash of Kings

数据分析——俄罗斯半年下载量超过50万，IAP收入不容乐观

游戏数据表现（Android）

《Chess - Clash of Kings》数据表现（近6个月）

俄罗斯									
OS	DL	DL 增长率	DAU	DAU 增长率	IAP ($)	IAP 增长率	Day1	Day3	Day7
Android	507.8K	18%	69.5K	-2%	69	-49%	39%	22%	15%

数据说明：《Chess - Clash of Kings》（Android）发布近半年获客路径；
数据来源：AppTopia，数据获取日期为2020年12月25日；其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。



Chess - Clash of Kings

核心玩法分析——游戏内多种模式，玩家选择多样化，挑战模式是该游戏特色

核心玩法分析

➤ **玩法特色**

游戏设有**人机模式**、**在线模式**（可选择随机匹配和朋友间匹配）和**挑战模式**。其中，**挑战模式为该游戏的特色。**

游戏核心玩法与国际象棋玩法一致。

人机模式：玩家可在人机模式中选择游戏难度等级。

挑战模式：挑战模式为关卡制，在每个大关卡下有若干小关卡，玩家可通过移动棋子选择小关卡进入挑战。在小关卡内为未完成的棋局，玩家需在指定步数内完成棋局，获得胜利，方可通关，并收集该小关卡的金币和马蹄铁。



Chess - Clash of Kings

外围系统分析——段位系统是游戏特色系统，一定程度上确保了对战双方游戏公平性

外围系统分析

外围系统

段位系统：玩家在通过在线模式随机匹配时，设有段位系统，保证玩家在同一段位下匹配，一定程度上保证了游戏的公平性。

设置系统：玩家可通过设置系统设置游戏风格、开关可移动棋子提示等。

社交系统：玩家可邀请朋友一起对战，同时可展示正在进行的游戏和结束的游戏战绩。

皮肤系统：玩家可根据个人喜好购买不同风格的棋子、棋盘。









ADTIMING

Chess - Clash of Kings

美术与交互分析——2D卡通风格，细节打磨到位；按钮设计有相应发光效果，吸引玩家点击

美术品质 交互设计 分析

➢ 美术品质

游戏为2D简洁画风，画面制作较为精致，与现实棋盘接近。在主界面的黑白两枚将军棋子，面对而立，有较强的战斗风格。两枚棋子上面的打光与现实中的灯光效果接近。

➢ 交互设计

宝箱按钮：主界面的礼物宝箱周围有发光效果，较为引人注意，刺激点击。

画面：国际象棋棋盘较大，游戏中将国际象棋棋盘等比缩小，还原度高。

各模式入口：游戏主界面较为简洁，中间设有三种模式，下方有商城、宝箱和设置按钮。其余各模式对应设计均在进入该模式后方可设置。

回合内：游戏回合内画面相对简洁。其中，中间为棋盘，占比最大；右上角为退出按钮；各模式功能按钮平铺棋盘下方。在线模式中，对战双方头像分列棋盘上方两侧，中间设有倒计时。



ADTIMING

Chess - Clash of Kings

变现模式分析——IAP收入不容乐观，广告位设计相对完善

变现模式分析

➢ IAP变现

2020年6月1日~2020年11月30日IAP变现：**超$60**

玩家可购买金币、去广告。

HK$9.90=去广告+1500金币

HK$78.00=无限提示+无限后退+去广告+2500金币

HK$23=9000金币

➢ IAA变现

Banner:

- 在挑战模式中，游戏内界面下方设有Banner广告位。

插屏广告:

- 在线模式中的朋友对战每局结束后弹出插屏广告。

激励视频广告:

- 玩家可通过点击宝箱观看激励视频广告，获得金币。



ADTIMING

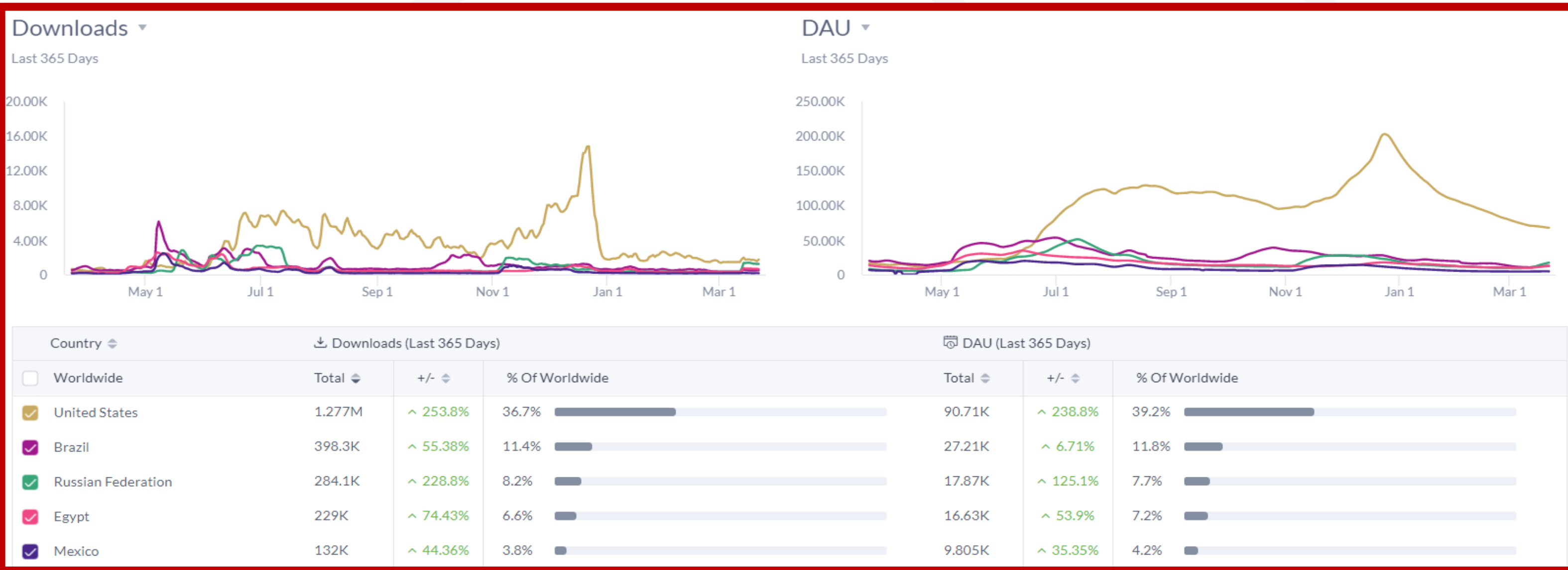
牌九

案例分析8：《Dominoes Party - Classic Domino Board Game》

案例分析：《Dominoes Party – Classic Domino Board Game》游戏概况



- App Name：Dominoes Party - Classic Domino Board Game
- 游戏厂商：Coffee Break Games
- 上线时间：2019年5月（Android）
- 案例选取原因：美国地区最受欢迎的牌九类游戏
- 热门地区：美国、巴西、俄罗斯、埃及、印度（Android）
- 获客路径：Top地区中，流量主要集中于美国。游戏于2020年6月初在美国地区开始获客，并于2020年12月底达到用户体量峰值，其间每个月有两到三次获客。达到峰值后迅速回落，目前呈现稳定趋势（Android）。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
United States	1.277M	^ 253.8%	36.7%	90.71K	^ 238.8%	39.2%
Brazil	398.3K	^ 55.38%	11.4%	27.21K	^ 6.71%	11.8%
Russian Federation	284.1K	^ 228.8%	8.2%	17.87K	^ 125.1%	7.7%
Egypt	229K	^ 74.43%	6.6%	16.63K	^ 53.9%	7.2%
Mexico	132K	^ 44.36%	3.8%	9.805K	^ 35.35%	4.2%



数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

Dominoes Party - Classic Domino Board Game

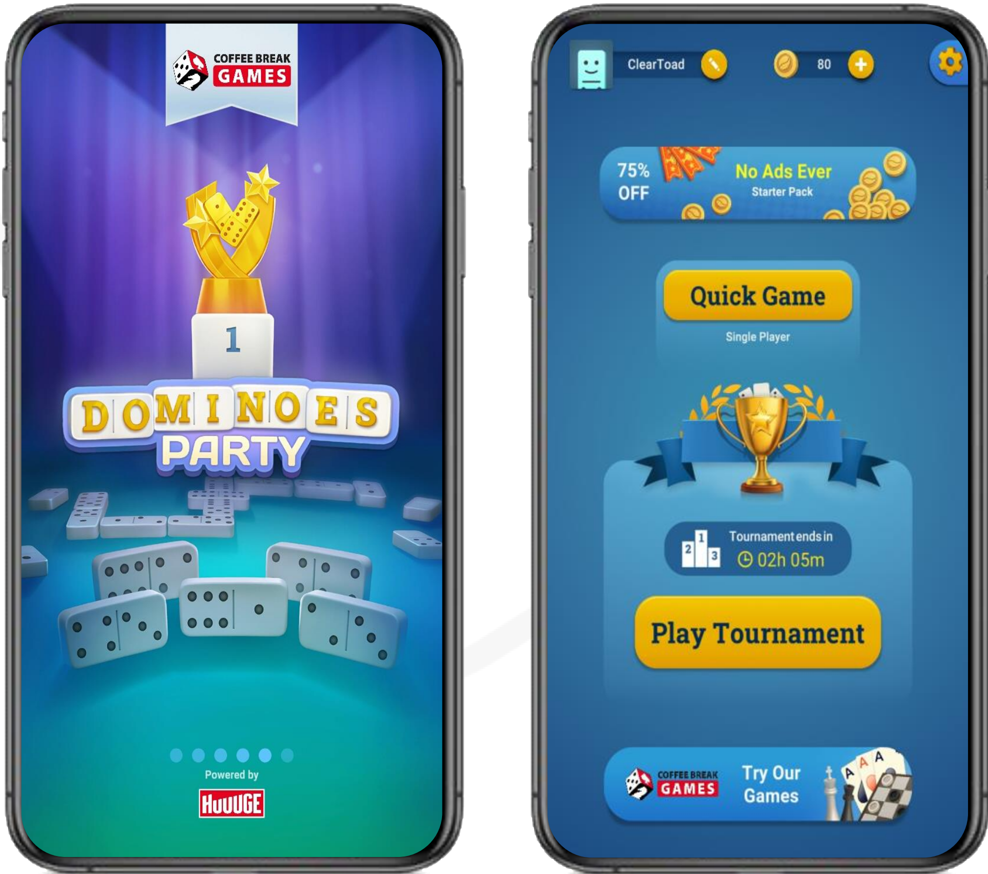
数据分析——美国半年DL环比增长512%，发展势头相对较好

游戏数据表现（Android）

《Dominoes Party - Classic Domino Board Game》数据表现（近6个月）

美国									
OS	DL	DL 增长率	DAU	DAU 增长率	IAP ($)	IAP 增长率	Day1	Day3	Day7
Android	811.2K	512%	101.0K	382%	5.0K	-	45%	25%	19%

数据说明：《Dominoes Party - Classic Domino Board Game》（Android）发布近半年获客路径；
数据来源：AppTopia，数据获取日期为2020年12月25日；其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。



ADTIMING

Dominoes Party - Classic Domino Board Game

核心玩法分析——加入了All Five和Block玩法

核心玩法分析

➢ **核心玩法**

核心玩法与传统多米诺玩法相同。玩家需要依次出牌，可选择与端点点数一致的牌放在该端点处。

All Five：玩家在出牌时，将各方向两端牌点数相加，如为5的倍数，则分数加上对应点数的数值。结束规则与普通牌九游戏一致。

Block：此种玩法中，不设牌库。若一方无法出牌时，则由另一方出牌，至该方可出牌。当双方均无法出牌时，游戏结束，剩余牌点数小的一方获得该回合胜利。其余结束规则与普通牌九游戏一致。



Dominoes Party - Classic Domino Board Game

外围系统分析——段位排名刺激玩家留存

外围系统分析

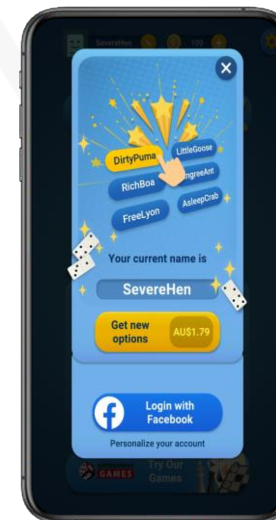
➢ **外围系统**

竞技场：段位排名比赛。会结合玩家在该赛季内游戏分数总和进行排名，给予一定的奖杯、金币、抽奖券（可用于在进入竞技场比赛时抽随机倍数）。

社交系统：玩家可登录Facebook账号。

设置系统：玩家可根据需求设置声音、音乐、语言等。







ADTIMING

Dominoes Party - Classic Domino Board Game

美术与交互分析——美术特效有较强的提示作用；交互设计符合玩家习惯

美术品质 交互设计 分析

➢ 美术品质

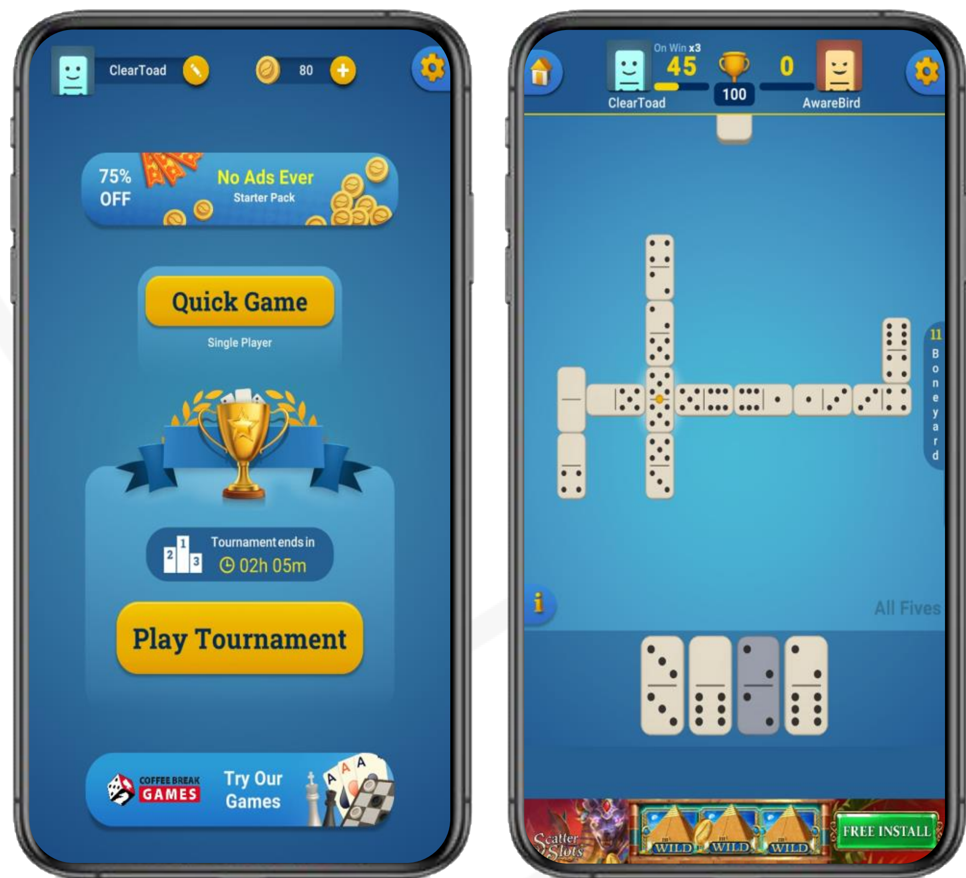
该游戏画风为2D简洁画风。在游戏过程中，会通过牌面加亮的方式提示玩家可出牌为哪些。在出牌过程中，若一张牌可放多个位置时，会以加亮和放大的方式提示玩家选择放牌位置。

➢ 交互设计

视野：俯视，玩家可直观地看清场上局势。

画面：对战双方分别位于屏幕上下，下方为我方，中间为出牌区。在画面最上方有对战双方头像和昵称，以及累计获得分数和分数进度条（总分为100）。

界面设计：主界面中竞技场的入口在界面中间，能够刺激玩家点击。设置按钮在右上方，符合玩家交互逻辑。



Dominoes Party - Classic Domino Board Game

变现模式分析——采用混合变现模式，以IAA变现为主

变现分析

➢ IAP变现

玩家可在游戏内付费购买竞技场抽奖券、金币。

AU$15.99=800金币+20竞技场入场券+去广告

AU$3.56=60金币+7天去广告

➢ IAA变现

激励视频广告：

- 商店系统中，通过观看广告可获得30金币。

插屏广告：

- 在一回合游戏结束后，进行下一轮游戏前播放插屏广告。

Banner：

- 在游戏主界面下方有开发者交叉推广自己游戏的Banner广告位。
- 在游戏内，屏幕最下方有Banner广告位。



ADTIMING

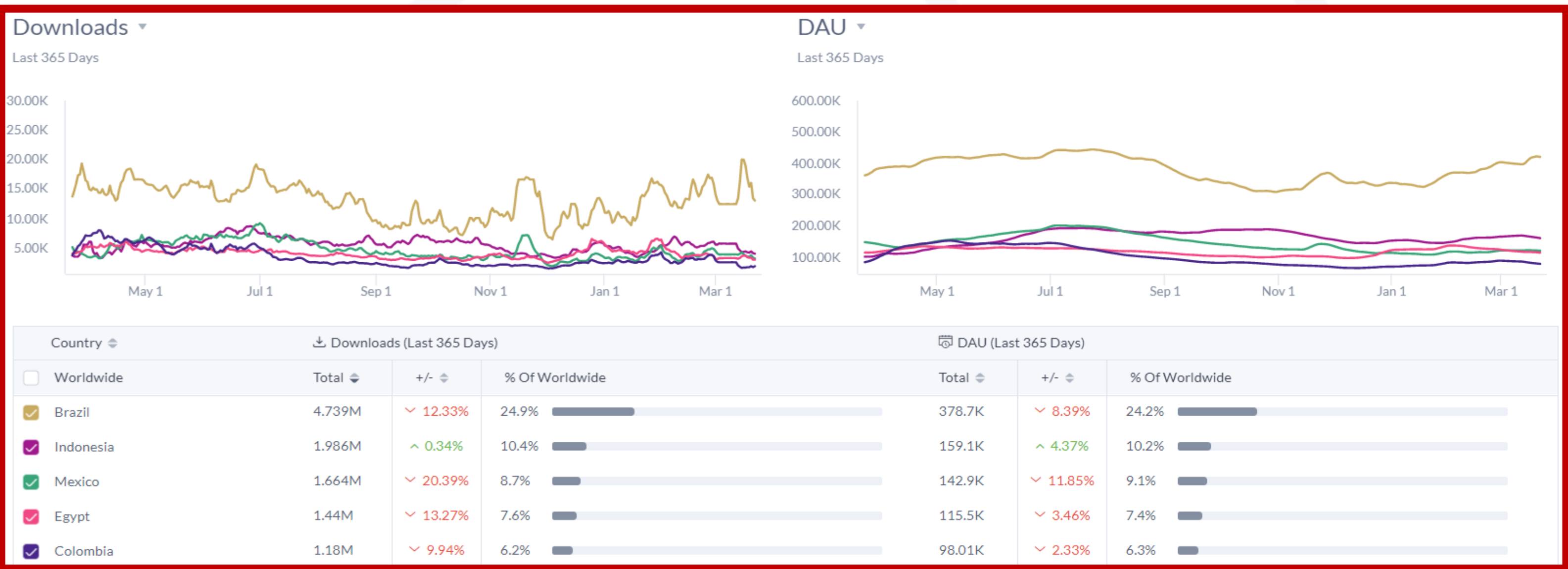
牌九

案例分析9：《Dominoes》

案例分析：《Dominoes》游戏概况



- App Name：Dominoes
- 游戏厂商：Loop Games
- 上线时间：2018年8月（Android）
- 案例选取原因：巴西地区最受欢迎的牌九类游戏
- 热门地区：巴西、印尼、埃及、墨西哥、哥伦比亚（Android）
- 获客路径：游戏在巴西始终保持一定的获客量级，其中，分别于2020年1月底和2020年11月中旬有大力度获客（Android）。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
Brazil	4.739M	12.33%	24.9%	378.7K	8.39%	24.2%
Indonesia	1.986M	0.34%	10.4%	159.1K	4.37%	10.2%
Mexico	1.664M	20.39%	8.7%	142.9K	11.85%	9.1%
Egypt	1.44M	13.27%	7.6%	115.5K	3.46%	7.4%
Colombia	1.18M	9.94%	6.2%	98.01K	2.33%	6.3%



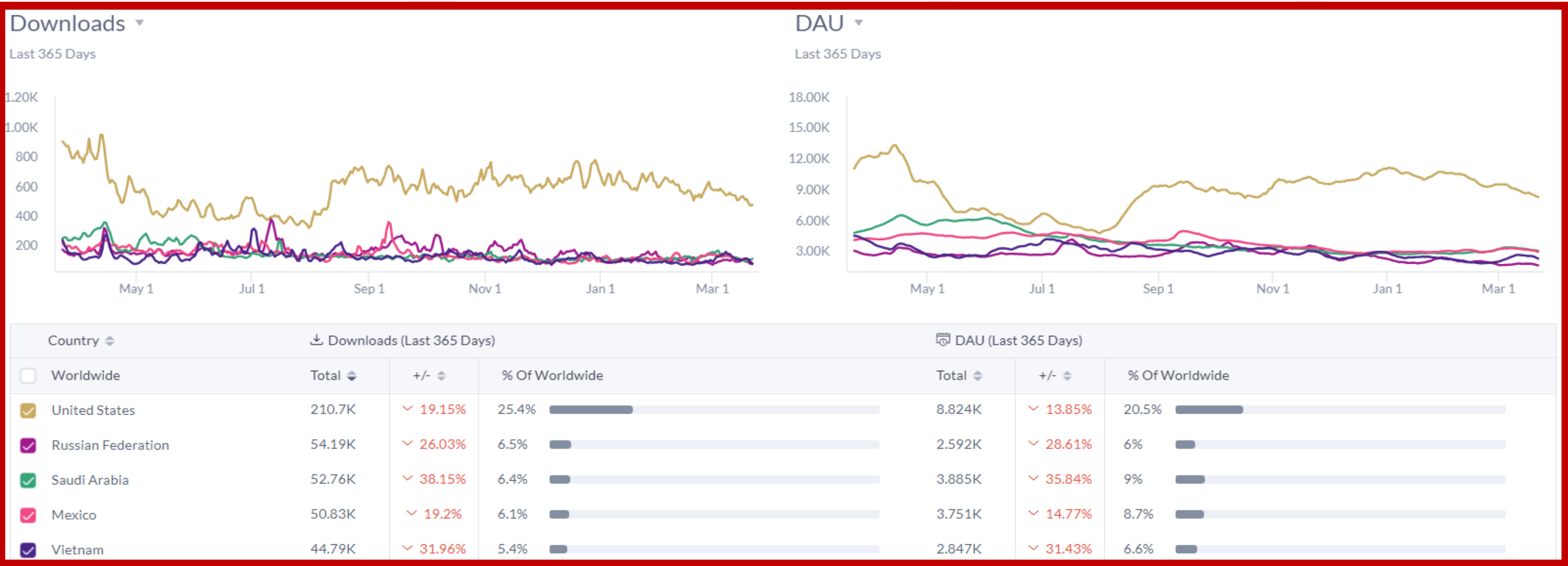
数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

ADTIMING

案例分析：《Dominoes》游戏概况



- App Name：Dominoes
- 游戏厂商：Loop Games
- 上线时间：2018年8月（iOS）
- 案例选取原因：巴西地区最受欢迎的牌九类游戏
- 热门地区：美国、俄罗斯、沙特、墨西哥、越南（iOS）
- 获客路径：游戏主要获客地区为美国，于2020年8月初在美国加大获客力度，后续获客情况稳定，在其它地区保持一定的获客量（iOS）。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
United States	210.7K	19.15%	25.4%	8.824K	13.85%	20.5%
Russian Federation	54.19K	26.03%	6.5%	2.592K	28.61%	6%
Saudi Arabia	52.76K	38.15%	6.4%	3.885K	35.84%	9%
Mexico	50.83K	19.2%	6.1%	3.751K	14.77%	8.7%
Vietnam	44.79K	31.96%	5.4%	2.847K	31.43%	6.6%



数据来源：Apptopia，截止日期2021年3月23日

Dominoes

数据分析——半年下载量超多225万，IAP变现收入不理想

游戏数据表现（Android）

《Dominoes》数据表现（近6个月）

巴西									
OS	DL	DL 增长率	DAU	DAU 增长率	IAP ($)	IAP 增长率	Day1	Day3	Day7
Android	2.3M	-11%	381.3K	2%	0	-	43%	23%	20%

数据说明：《Dominoes》（Android）发布近半年获客路径；
数据来源：AppTopia，数据获取日期为2020年12月25日；其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。



Dominoes

核心玩法分析——三种模式满足不同喜好的玩家

核心玩法分析

➢ **玩法特色**

游戏内设有三种玩法——**抽牌玩法**，**堵牌玩法**和**全部五玩法。**

抽牌玩法：每张牌只能连接两张牌，如在出牌过程中被卡住，可在牌堆中抽取，直至抽到可出牌。

堵牌玩法：每张牌只能连接两张牌，不设牌堆。若出牌卡住，则需跳过，直至有牌可出为止。

全部五玩法：首牌为双牌（两个点数一致）可连接四张牌，设置牌堆。若放牌时端点总计为5的倍数，则得到该数值分数。



Dominoes

外围系统分析——外围系统围绕核心玩法设计

外围系统分析

➢ **外围系统**

设计系统：玩家可根据个人喜好利用金币购买不同风格的背景和多米诺骨牌。

排行榜系统：玩家可查看Players和Teams两部分的排名。

团队系统：玩家可通过搜索团队名字加入一个团队，并可加入该团队的游戏。

设置系统：玩家可设计昵称，可开关音效和音乐。



Dominoes

美术与交互分析——2D简洁画风主次分明；交互设计符合用户习惯

美术品质
交互设计
分析

➢ 美术品质

游戏为2D简洁风格，画面简洁，主次分明。但是玩家可以在设计系统，购买自己喜欢的背景和多米诺骨牌，给予了玩家一定的自主性。此外，在回合结束时的结算界面，当获得胜利时有类似烟花的效果，增加了玩家游戏内的成就感。

➢ 交互设计

界面元素：游戏回合内界面包含双排手中牌组、已出牌展示、回合数、双方点数和主界面标识。

界面设计：主界面中，三种玩法展现在中间，方便玩家选择；设置、设计、Teams、Leaderboard在界面下方平铺；等级显示在右上角，金币数量显示在右下角。回合界面中，中间为已出牌展示，上方是对手牌，范围较小，下方为我方牌，能够显示完全；屏幕最上方是回合数、双方点数；右上角是主界面按钮。

交互体验：玩家在出牌时，如所处牌只能对应到一个位置，则玩家拖动牌到任意地方系统自动放置，简化了玩家操作。



ADTIMING

Dominoes

变现模式分析——主要采用IAA变现

变现模式分析

➢ **IAP变现**

游戏内无IAP变现。

➢ **IAA变现**

Banner:

- 游戏回合内，在屏幕下方存在Banner广告位。

插屏广告:

- 在开始每回合游戏之前播放插屏广告。



UNO（优诺）

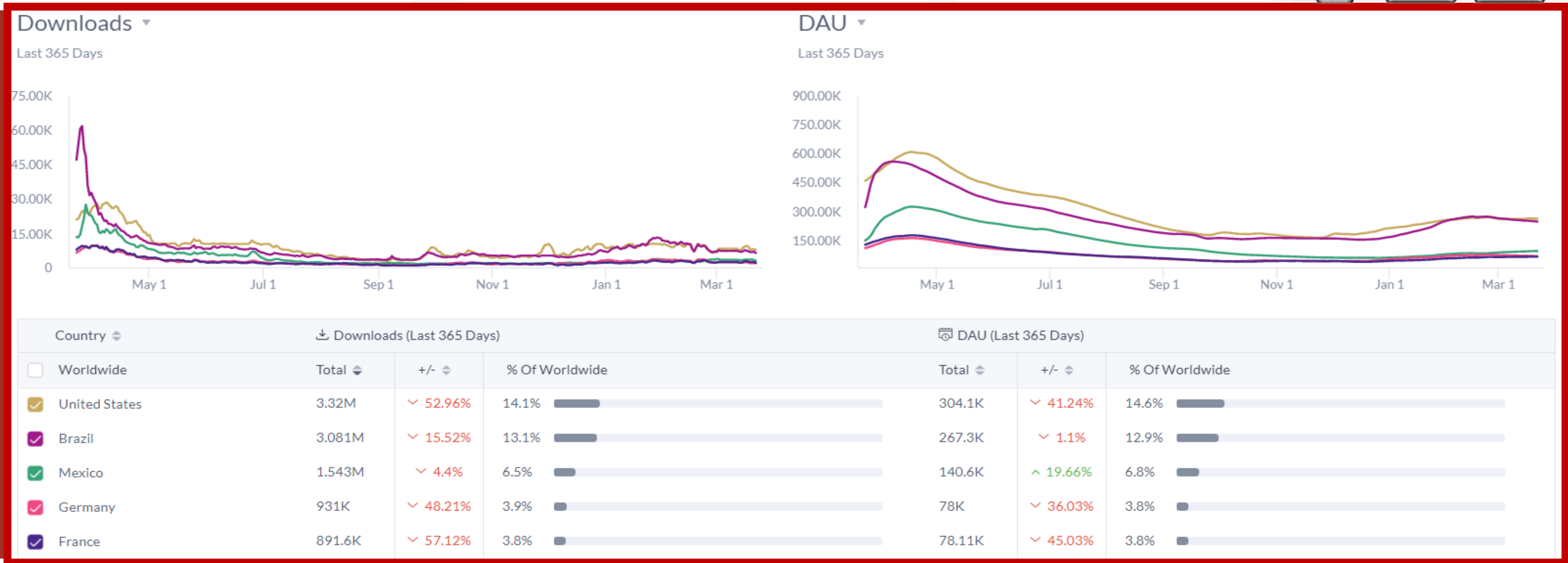
案例分析10：《UNO！™》

案例分析：《UNO！™》游戏概况



- App Name：UNO！™
- 游戏厂商：Mattel163 Limited
- 上线时间：2018年4月（Android）
- 案例选取原因：美国地区最受欢迎的UNO游戏
- 热门地区：美国、巴西、墨西哥、德国、法国（Android）





Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
United States	3.32M	52.96%	14.1%	304.1K	41.24%	14.6%
Brazil	3.081M	15.52%	13.1%	267.3K	1.1%	12.9%
Mexico	1.543M	4.4%	6.5%	140.6K	19.66%	6.8%
Germany	931K	48.21%	3.9%	78K	36.03%	3.8%
France	891.6K	57.12%	3.8%	78.11K	45.03%	3.8%

- 获客路径：游戏分别于2020年1月底和2020年3月中旬在美国加大获客力度，达到用户体量峰值后迅速回落，目前在美国用户体量情况呈现波动（Android）。

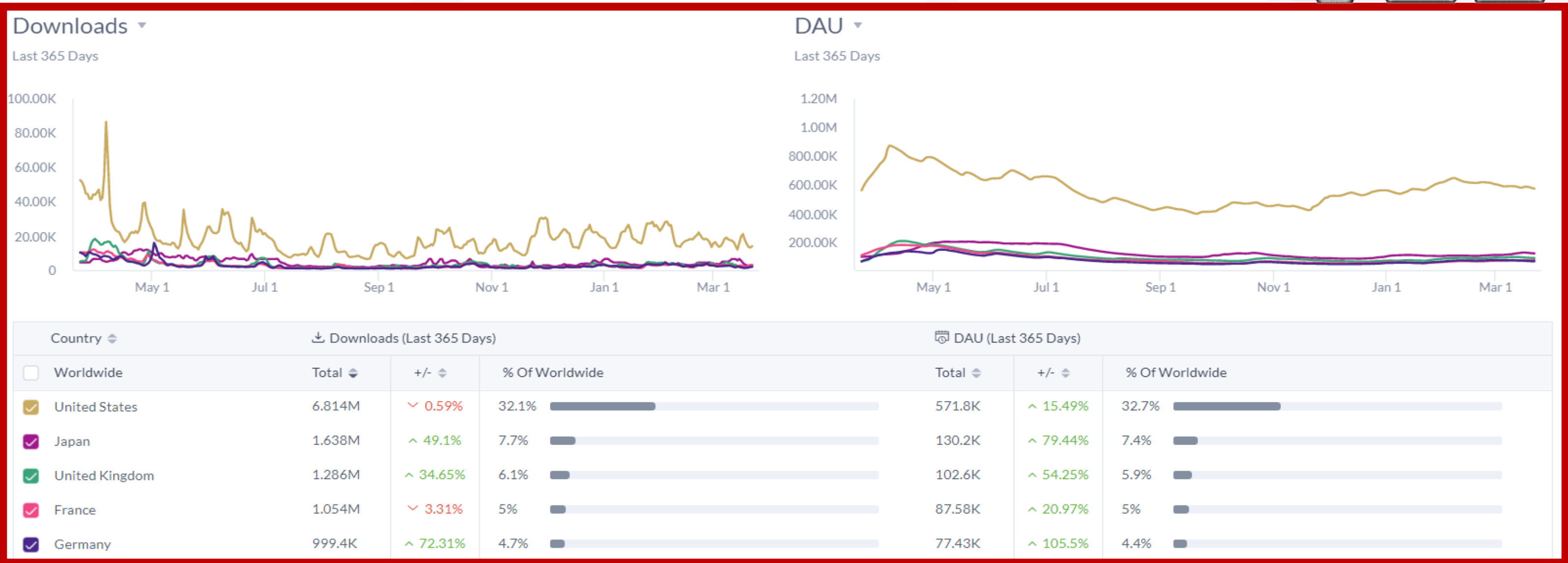
数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

案例分析：《UNO！™》游戏概况



- App Name：UNO！™
- 游戏厂商：Mattel163 Limited
- 上线时间：2018年4月（iOS）
- 案例选取原因：美国地区最受欢迎的UNO游戏
- 热门地区：美国、日本、英国、法国、德国（iOS）





Country	Downloads (Last 365 Days) Total	+/-	% Of Worldwide	DAU (Last 365 Days) Total	+/-	% Of Worldwide
Worldwide						
United States	6.814M	↓ 0.59%	32.1%	571.8K	↑ 15.49%	32.7%
Japan	1.638M	↑ 49.1%	7.7%	130.2K	↑ 79.44%	7.4%
United Kingdom	1.286M	↑ 34.65%	6.1%	102.6K	↑ 54.25%	5.9%
France	1.054M	↓ 3.31%	5%	87.58K	↑ 20.97%	5%
Germany	999.4K	↑ 72.31%	4.7%	77.43K	↑ 105.5%	4.4%

- 获客路径：游戏于2020年3月中旬和2020年4月初在美国加大获客力度，达到用户体量峰值后迅速回落，目前游戏每个月有两到三次获客（iOS）。

数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

ADTIMING

UNO！ ™

数据分析——半年下载量超过387万，IAP收入超过249万

游戏数据表现（双平台）

《UNO！ ™》数据表现（近6个月）

美国									
OS	DL	DL增长率	DAU	DAU增长率	IAP ($)	IAP增长率	Day1	Day3	Day7
Android	1.1M	-65%	258.5K	-50%	1M	-15%	36%	25%	18%
iOS	2.7M	-32%	506.2K	-20%	2.5M	6%	37%	25%	19%

数据说明：《UNO！ ™》发布近半年获客路径；
数据来源：AppTopia，数据获取日期为2020年12月25日；其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。





UNO! ™

核心玩法分析——加入双人玩法、自由派对玩法、欢乐场玩法；外围系统较为完善

核心玩法分析

➢ 核心玩法

双人玩法：即互为对面的玩家为一对，同对玩家可看到对方的牌。单局游戏时长限制3分钟，计时结束，若无胜出者，分数高的一方获胜（积分规则：采用扣分制，数字牌即为扣除对应数字，每张功能牌扣20分，每张万能牌扣50分）。

自由派对：玩家可通过**房间模式**创建房间与游戏内好友一起玩；使用**聚会模式**创建聚会房间或输入密码加入聚会。

欢乐场：在原有玩法的基础上增加了**叠加**（+2和+4可以叠加使用，+2只能叠加在+2上。若某位玩家在叠加过程中未使用叠加牌，则需摸叠加后的对应数量的牌）和**同色全出**（可将同色牌一次性出完）两种功能牌。





UNO！ ™

外围系统分析——加入双人玩法、自由派对玩法、欢乐场玩法；外围系统较为完善

外围系统分析

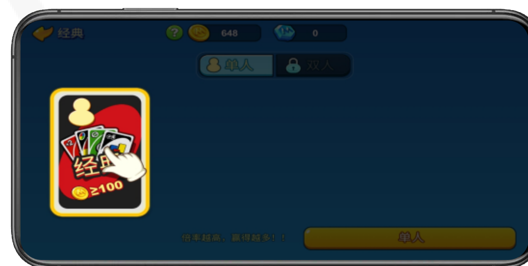
➤ **外围系统**

新手引导：玩家第一次进入游戏各个模式均有对应的完善的新手引导，帮助玩家快速上手。

社交系统：玩家可在游戏内或通过搜索添加好友，可观战大神和好友的游戏过程，同时可通过分享邀请好友。

每日任务：玩家可通过完成每日任务获取一定奖励。

商店系统：玩家可购买礼包、金币、钻石、道具或玩大转盘抽奖。









UNO！ ™

美术与交互分析——美术符合人体观察物体的逻辑关系；交互设计符合玩家习惯

美术品质 交互设计 分析

➢ **美术品质**

游戏画风为2D卡通画风，画面相对简洁，主次有序。在回合内，游戏视线设计符合人观看事物的逻辑关系，物体近大远小，接近现实。

➢ **交互设计**

视野： 斜俯视，玩家可直观地看清场上局势。

画面： 画面大小合理，符合人的观感规律，近（我方牌）大远小。

各模式入口： 在游戏主界面，将各种玩法直接展现给玩家，供玩家选择，不需要玩家划来划去，更方便玩家选择。

界面设计： 将希望玩家使用的快捷功能按钮放在中间并做放大处理，将不常用的功能放在两边并缩小。

回合内： 回合内右上方设有设置按钮和规则按钮，玩家可根据需求开关音乐和音效，可通过规则按钮查看该模式下的游戏规则。游戏一旦开始，不能退出，最大程度上保证了游戏玩家的体验。





UNO! ™

变现模式分析——采用混合变现模式，以IAP变现为主

变现模式分析

➢ IAP变现

玩家可购买礼包、金币、钻石。

USD7.99=5000金币+每日500金币+799 VIP点数（月卡）

USD19.99=15000金币+每日1500金币+1999 VIP点数（高级月卡）

➢ IAA变现

插屏广告：

- 在玩家结束游戏后弹出插屏广告。

激励视频广告：

- 玩家可通过观看激励视频广告获得免费奖励，每日上限6次。





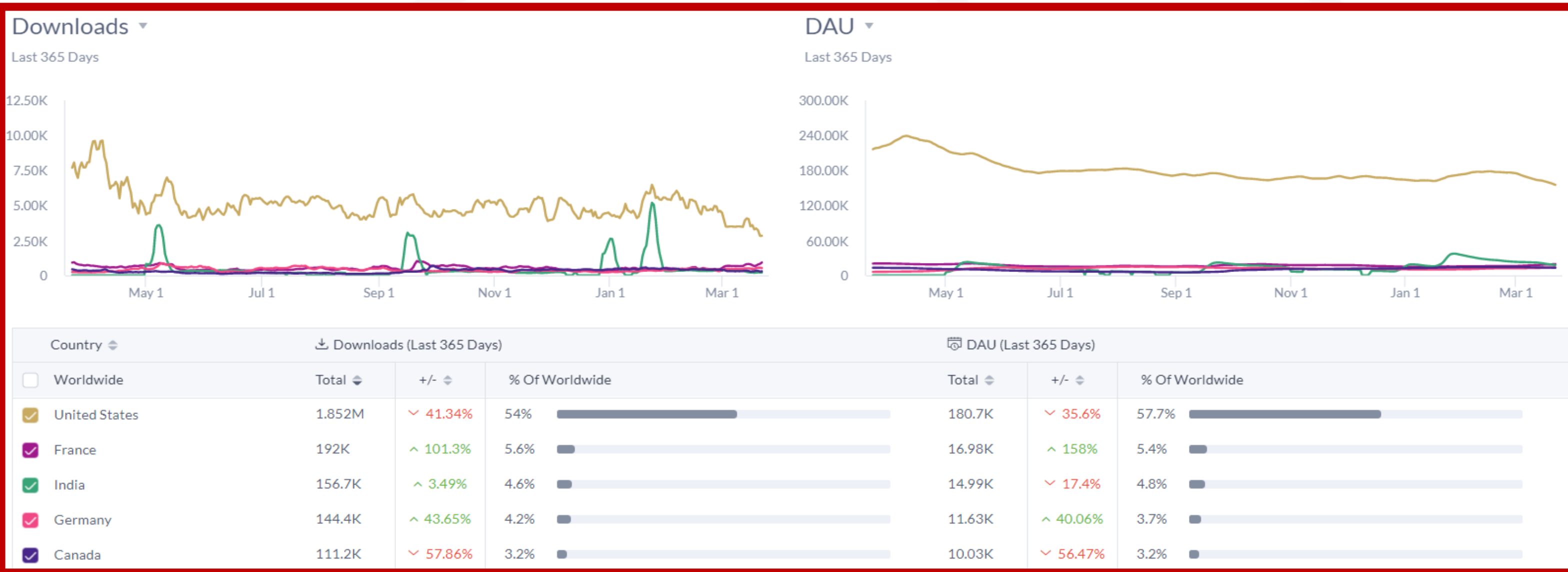
酒场游戏

案例分析11：《Yahtzee® with Buddies Dice》

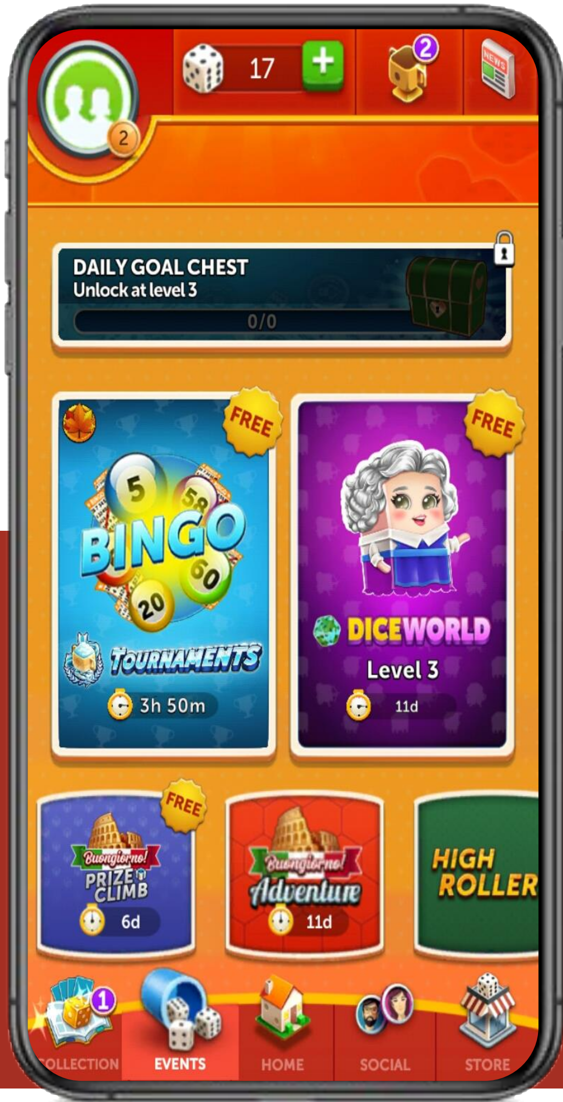
案例分析：《Yahtzee® with Buddies Dice》游戏概况



- App Name：Yahtzee® with Buddies Dice
- 游戏厂商：Scopely
- 上线时间：2017年5月（Android）
- 案例选取原因：美国地区最受欢迎的酒场游戏
- 热门地区：美国、法国、印度、德国、加拿大（Android）
- 获客路径：Top5地区中，流量主要集中在美国。游戏于2020年2月初和2020年3月初在美国加速获客，达到用户体量峰值后迅速回落，目前游戏在美国获客在一定区间内波动（Android）。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
United States	1.852M	41.34%	54%	180.7K	35.6%	57.7%
France	192K	101.3%	5.6%	16.98K	158%	5.4%
India	156.7K	3.49%	4.6%	14.99K	17.4%	4.8%
Germany	144.4K	43.65%	4.2%	11.63K	40.06%	3.7%
Canada	111.2K	57.86%	3.2%	10.03K	56.47%	3.2%



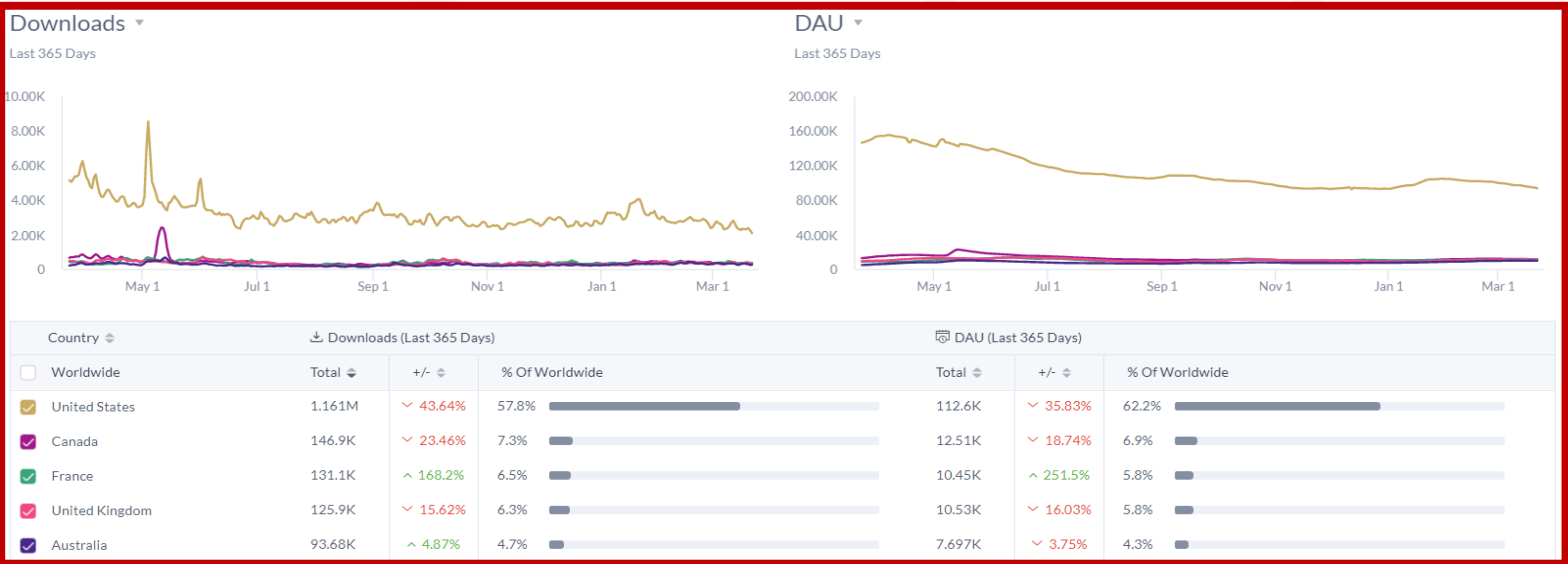
数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

ADTIMING

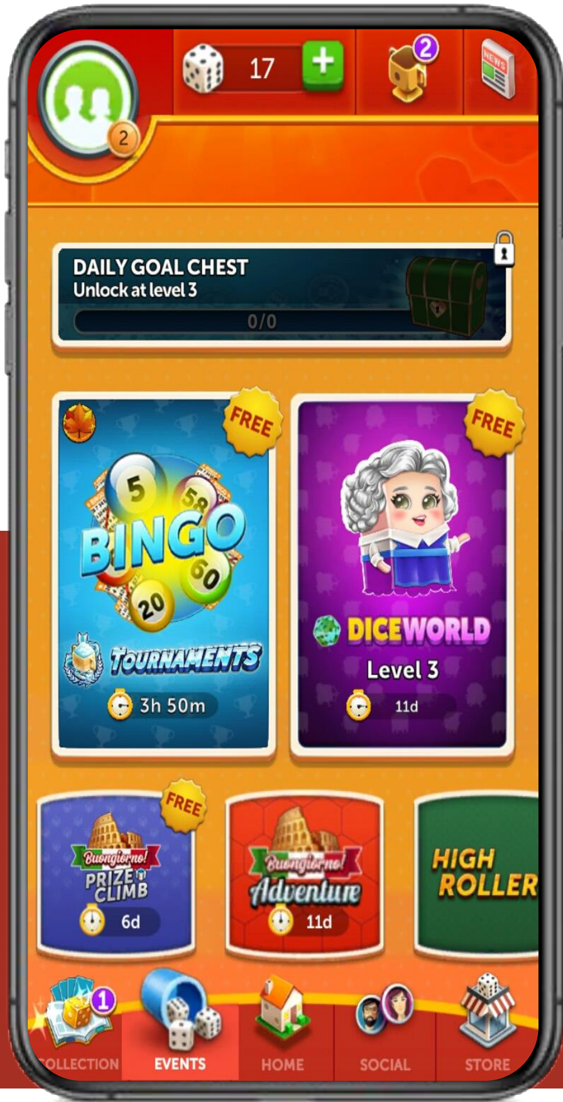
案例分析：《Yahtzee® with Buddies Dice》游戏概况



- App Name：Yahtzee® with Buddies Dice
- 游戏厂商：Scopely
- 上线时间：2017年11月（iOS）
- 案例选取原因：美国地区最受欢迎的酒场游戏
- 热门地区：美国、加拿大、法国、英国、澳大利亚（iOS）
- 获客路径： Top5地区中，流量主要集中在美国。游戏于2020年3月初和2020年5月初在美国加速获客，达到用户体量峰值后迅速回落。目前游戏在美国呈现稳定趋势（iOS）。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
United States	1.161M	43.64%	57.8%	112.6K	35.83%	62.2%
Canada	146.9K	23.46%	7.3%	12.51K	18.74%	6.9%
France	131.1K	168.2%	6.5%	10.45K	251.5%	5.8%
United Kingdom	125.9K	15.62%	6.3%	10.53K	16.03%	5.8%
Australia	93.68K	4.87%	4.7%	7.697K	3.75%	4.3%



数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月23日

ADTIMING

Yahtzee® with Buddies Dice

数据分析——半年下载量超过143万，IAP超过1911万

游戏数据表现（双平台）

《Yahtzee® with Buddies Dice》数据表现（近6个月）

美国									
OS	DL	DL 增长率	DAU	DAU 增长率	IAP ($)	IAP 增长率	Day1	Day3	Day7
Android	897.5K	-23%	174.1K	-24%	7.8M	-6%	39%	25%	20%
iOS	5.3M	-38%	108.4K	-30%	11.3M	-12%	41%	26%	20%

数据说明：《Yahtzee® with Buddies Dice》发布近半年获客路径；
数据来源：AppTopia，数据获取日期为2020年12月25日；其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。



ADTIMING

Yahtzee® with Buddies Dice

核心玩法分析——在利用骰子点数进行游戏同时加入了玩法创新

玩法分析

➢ **玩法特色**

与传统掷骰子游戏不一样，此款游戏在靠运气的同时也在**考察玩家策略**。玩家双方依次掷骰子，每轮有三次机会，每次掷骰子结束后可选择固定不动的骰子，后面只掷未被固定的骰子。在得到最终点数后，选择玩家想要匹配到的类型，不同类型积累不同分数。最终分数高的一方获胜。

DICE WORLD：闯关模式，不同关卡设有不同的障碍，具有一定挑战性。

Bingo：玩家可选择Bingo模式，通过完成各方格对应的内容连成直线，完成Bingo。

倒计时：各模式均有时间限制，为玩家营造时间紧迫的心理，提高玩家留存。



Yahtzee® with Buddies Dice

外围系统分析——新手引导完善，帮助新手快速上手游戏

外围系统分析

➢ **外围系统**

新手引导：在开启新功能时，均有对应的新手引导和玩法说明，帮助玩家快速上手。

HOME：玩家可在HOME中建立新的游戏或可指定玩家一起进行游戏。

奖励系统：玩家可通过进行游戏，达到一定等级，获得一定奖励。

新闻系统：玩家可浏览阅读相关新闻。

社交系统：玩家可通过登录游戏与朋友一同进行游戏。

商店系统：玩家可在商店系统中购买相关道具。



Yahtzee® with Buddies Dice

美术与交互分析——美术品质高、特效丰富；交互设计给玩家更好的游戏体验

美术品质
交互设计 分析

➢ 美术品质

游戏核心循环内，画面设计相对简洁，为2D简洁风格，但在核心循环外，画面为2D卡通画风。在掷骰子过程中，骰子有旋转的过程，是3D风格，与现实掷骰子较为类似。若玩家掷出五个一样点数的骰子，会出现庆祝动画，增强玩家成就感。

➢ 交互设计

界面元素： 画面中间为游戏核心元素，下方为五个骰子位置和“ROLL”按钮，上方为对战双方头像、分数、退出按钮和设置按钮，而对方的骰子只在对方掷出时现实。

界面设计： 退出按钮设计在界面左上角，设置按钮设计在界面右上角，不影响玩家操作，且符合交互逻辑。对战双方头像和分数位于界面上方中间，给玩家PK的意识。

倒计时： 不同模式均有挑战倒计时



ADTIMING

Yahtzee® with Buddies Dice

变现模式分析——以IAP变现为主

变现分析

➢ IAP变现

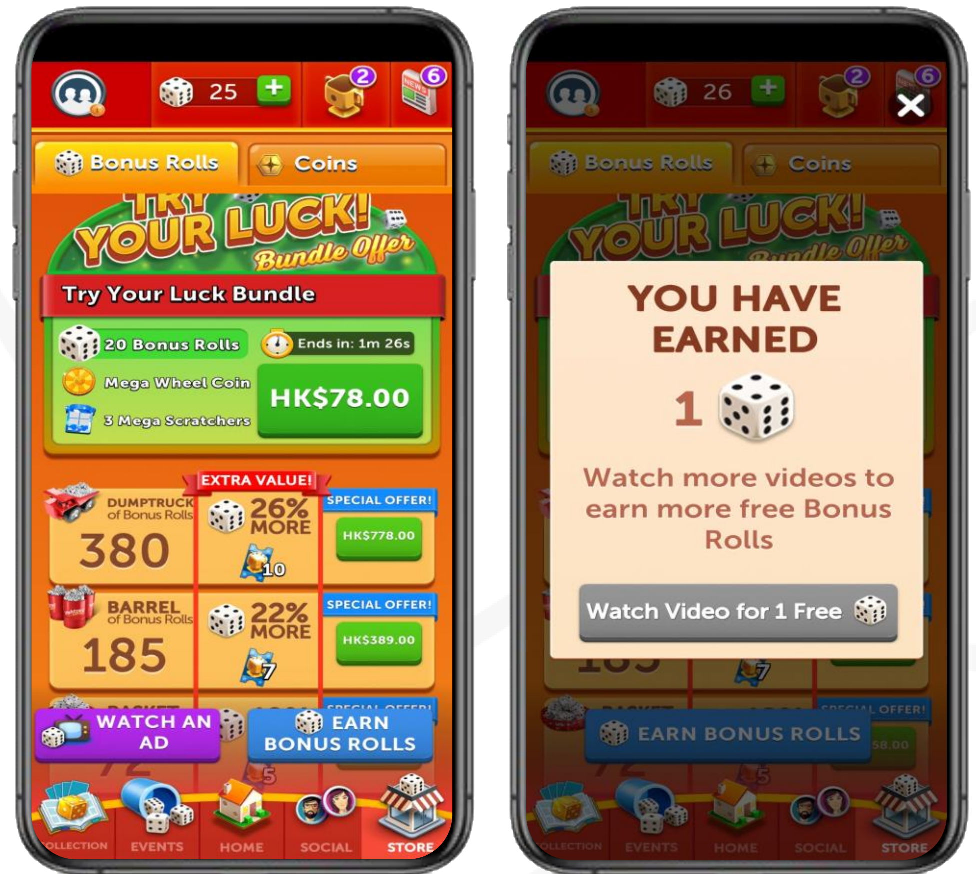
玩家可在游戏内付费购买Bonus Rolls、Dice World Free Passes、Tournament Free Passes。

HK$78.00=20 Bonus Rolls+Mega Wheel Coin+3 Mega Scratchers

➢ IAA变现

激励视频广告：

- 玩家可通过观看激励视频广告获得免费骰子，每次一枚。



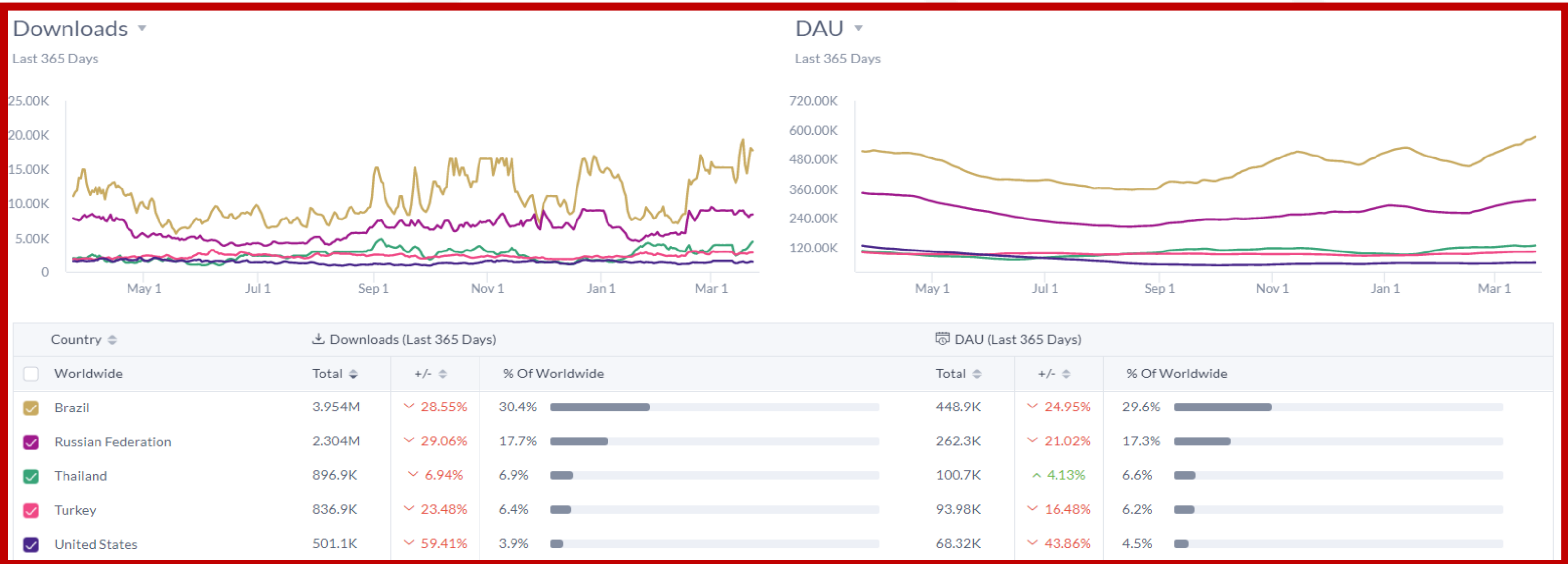
各国跳棋

案例分析12：《Checkers》

案例分析：《Checkers》游戏概况



- App Name：Checkers
- 游戏厂商：Chess & Checkers Games
- 上线时间：2015年1月（Android）
- 案例选取原因：巴西地区最受欢迎的各国跳棋类游戏
- 热门地区：巴西、俄罗斯、泰国、土耳其、美国（Android）
- 获客路径：Top5地区中，流量主要集中在巴西。游戏在巴西常年保持一定的获客力度，每个月有四到五次的大力度获客（Android）。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
Brazil	3.954M	28.55%	30.4%	448.9K	24.95%	29.6%
Russian Federation	2.304M	29.06%	17.7%	262.3K	21.02%	17.3%
Thailand	896.9K	6.94%	6.9%	100.7K	4.13%	6.6%
Turkey	836.9K	23.48%	6.4%	93.98K	16.48%	6.2%
United States	501.1K	59.41%	3.9%	68.32K	43.86%	4.5%



数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月25日

Checkers

数据分析——半年下载量达180多万，3日留达21%

游戏数据表现（Android）

《Checkers》数据表现（近6个月）

巴西									
OS	DL	DL 增长率	DAU	DAU 增长率	IAP ($)	IAP 增长率	Day1	Day3	Day7
Android	1.9M	-12%	408.1K	-19%	4	-96%	40%	21%	17%

俄罗斯									
OS	DL	DL 增长率	DAU	DAU 增长率	IAP ($)	IAP 增长率	Day1	Day3	Day7
Android	1.1M	-30%	232.0K	-19%	34	-77%	38%	22%	15%



数据说明：《Checkers》（Android）发布近半年获客路径；
数据来源：AppTopia，数据获取日期为2020年12月25日；其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。

Checkers

核心玩法分析——游戏设有多种玩法和多种难度

核心玩法分析

➢ 核心玩法

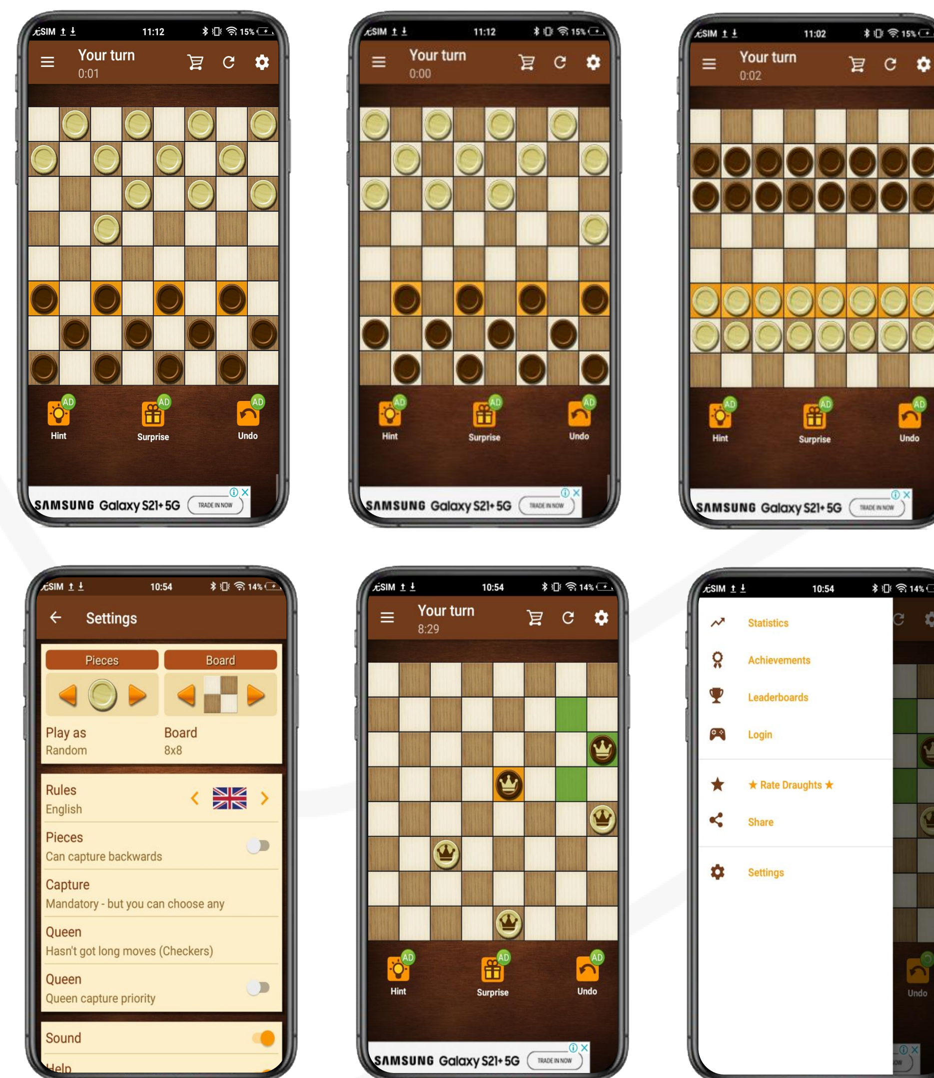
游戏设有不同的游戏规则，分为**International**、**Spanish**、**English**、**Turkish**和**Own rules**。并在各规则内设有不同的难度，分为**master**、**expert**、**hard**、**medium**、**easy**和**Tow Players – offline**，玩家的选择更加多样化。

International：传统国际跳棋玩法，摆棋间上左图。双方棋子只能向斜前方前进，每次可前进一步（吃子除外）。遇到能吃棋子必吃，每次吃至无法再吃为止。当棋子到达对方底线时，成为王棋，王棋可向斜前方前进亦可向斜后方后退，且无步数限制。

Spanish：摆棋方式与传统飞行棋不同，具体摆棋方式见上中图。

English：摆棋方式与International一致，在传统国际跳棋的玩法限制王棋走位，王棋可前进可后退，但每次只能走一步。

Turkish：初始摆棋如上右图所示。棋子在前进时只能向正前方、正左方或正右方前进，王棋在后退时也只能是直线走棋。



ADTIMING

Checkers

外围系统分析——有基础的外围系统设计

外围系统分析

➤ **外围系统**

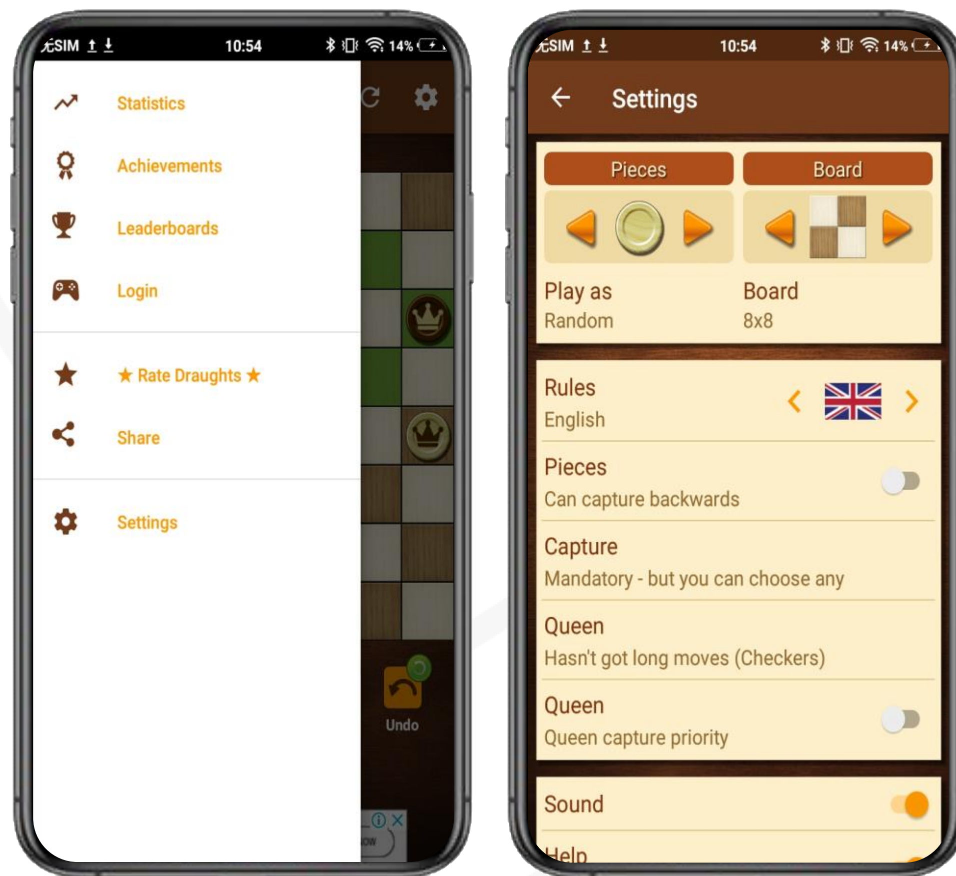
商店系统： 玩家可在商店系统购买游戏道具和去广告服务。

Statistics： 玩家可在此系统内查看个难度游戏胜负统计情况。

Achievements、Leaderboards： 登录游戏后可查看这两个系统。

分享： 玩家可将游戏分享给其它玩家，扩大用户规模。

设置系统： 玩家可在该系统内进行搭配棋子和棋盘风格、切换游戏规则等相关设置。



Checkers

美术与交互分析——美术风格简洁；通过颜色改变提示玩家可移动棋子及可到达方格

美术品质 交互设计 分析

➢ 美术品质

该游戏画风为2D简洁画风，玩家可根据个人喜好切换和搭配棋子风格与棋牌风格。玩家在进行棋子移动时，有棋子滑动的过程，与现实中的游戏体验接近，游戏沉浸度高。

➢ 交互设计

视野：俯视，玩家可直观地看清场上局势。

画面：国际象跳棋棋盘较大，游戏中将国际跳棋棋盘等比缩小，还原度高。

界面设计：玩家在进入一局新游戏时，先弹出难度选择。进入游戏后的界面，最上面时各功能入口，从左到右依次为菜单按钮、回合与时间显、商店按钮、重新开始按钮和设置系统。棋盘占据游戏大多数界面，下方是各道具按钮，最下方留有Banner广告位。

回合内：玩家在走棋时，系统会提示可移动棋子。当玩家选择需移动棋子后，系统会提示该棋子可移动到的方格。便于玩家判断可吃棋子，提高玩家游戏体验。



Checkers

变现模式分析——采用混合模式变现，广告位设计完善

变现模式分析

➢ IAP变现

玩家可通过付费购买**礼包、道具**等。

AU$11.99=去广告+Jason+提示+后退

AU$1.49=30次后退/30次提示

➢ IAA变现

插屏广告：

- 游戏进行中会弹出插屏广告

（此处不建议设计插屏广告，建议在关卡结束后或关卡开始前弹出插屏广告，此处广告位严重影响玩家体验）

- 关卡结束后弹出插屏广告

激励视频广告：

- 玩家可通过观看激励视频广告获得游戏道具（如：提示、惊喜道具、后退道具）
- 玩家可通过观看激励视频广告玩master

Banner广告：

- 在游戏界面底部设有Banner广告



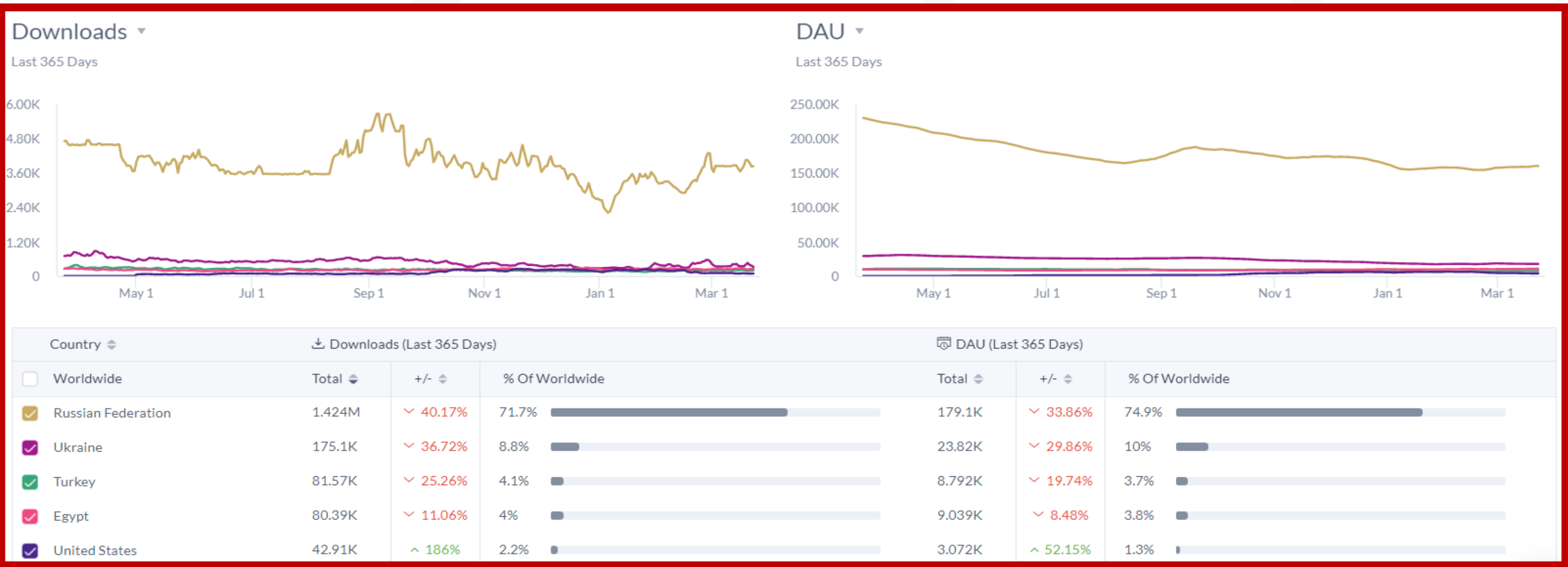
Backgammon（西洋双陆棋）

案例分析13：《Backgammon – Narde》

案例分析：《Backgammon - Narde》游戏概况



- App Name：Backgammon – Narde
- 游戏厂商：AAStudio
- 上线时间：2014年5月（Android）
- 案例选取原因：俄罗斯地区最受欢迎的Backgammon类游戏
- 热门地区：俄罗斯、乌克兰、埃及、美国、土耳其（Android）
- 获客路径：Top5地区中，流量主要集中于俄罗斯。游戏于2020年1月底在俄罗斯地区加大获客力度，迅速达到用户体量峰值后，迅速回落。目前游戏获客呈现下降趋势（Android）。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
Russian Federation	1.424M	40.17%	71.7%	179.1K	33.86%	74.9%
Ukraine	175.1K	36.72%	8.8%	23.82K	29.86%	10%
Turkey	81.57K	25.26%	4.1%	8.792K	19.74%	3.7%
Egypt	80.39K	11.06%	4%	9.039K	8.48%	3.8%
United States	42.91K	186%	2.2%	3.072K	52.15%	1.3%



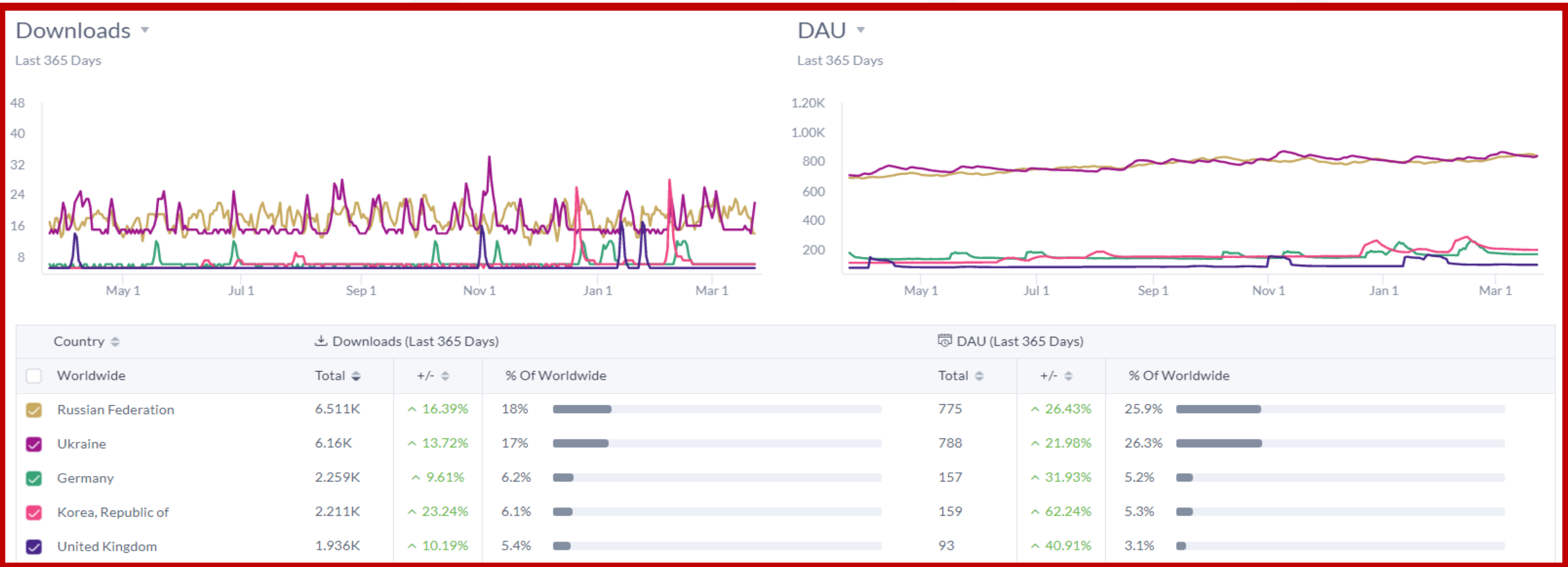
数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月25日

ADTIMING

案例分析：《Backgammon - Narde》游戏概况



- App Name：Backgammon – Narde
- 游戏厂商：AAStudio
- 上线时间：2014年5月（iOS）
- 案例选取原因：俄罗斯地区最受欢迎的Backgammon类游戏
- 热门地区：俄罗斯、乌克兰、韩国、德国、英国（iOS）
- 获客路径：游戏于2020年1月底在俄罗斯地区加大获客力度，迅速达到用户体量峰值后，迅速回落。目前游戏获客呈现下降趋势（iOS）。



Country	Downloads (Last 365 Days)			DAU (Last 365 Days)		
Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide	Total	+/-	% Of Worldwide
Russian Federation	6.511K	^ 16.39%	18%	775	^ 26.43%	25.9%
Ukraine	6.16K	^ 13.72%	17%	788	^ 21.98%	26.3%
Germany	2.259K	^ 9.61%	6.2%	157	^ 31.93%	5.2%
Korea, Republic of	2.211K	^ 23.24%	6.1%	159	^ 62.24%	5.3%
United Kingdom	1.936K	^ 10.19%	5.4%	93	^ 40.91%	3.1%



数据来源：Apptopia；截至日期：2021年3月25日

ADTIMING

Backgammon – Narde

数据分析——半年下载量超过74万，IAP收入不容乐观

游戏数据表现（Android）

《Backgammon – Narde》数据表现（近6个月）

俄罗斯									
OS	DL	DL 增长率	DAU	DAU 增长率	IAP ($)	IAP 增长率	Day1	Day3	Day7
Android	744.5K	-24%	177.8K	-25%	312	-41%	37%	22%	15%

数据说明：《Backgammon – Narde》（Android）发布近半年获客路径；
数据来源：AppTopia，数据获取日期为2020年12月25日；其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。



ADTIMING

Backgammon – Narde

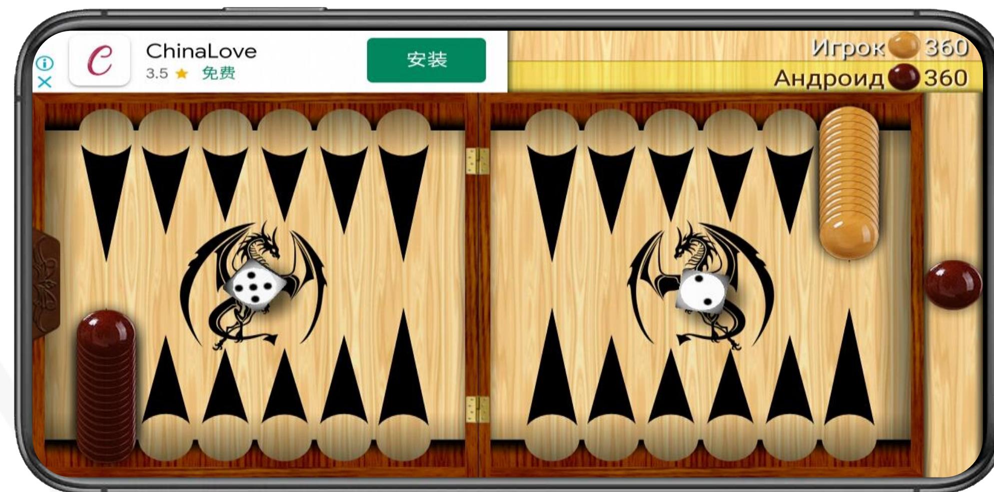
核心玩法分析——基础的Backgammon玩法，但设有四种模式

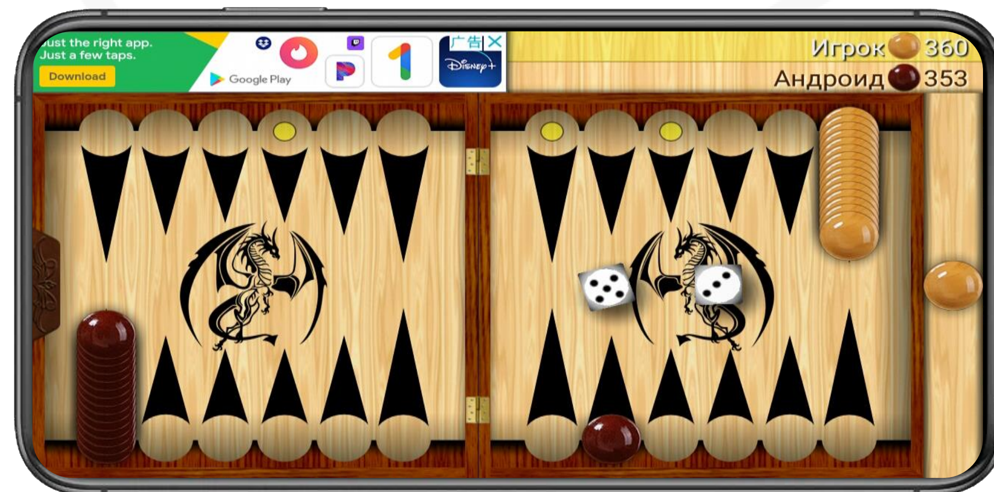
核心玩法分析

➢ **核心玩法**

玩家通过掷骰子，点数大的一方开始游戏。玩家通过掷骰子确定行棋步数，玩家利用两枚骰子点数之和行棋或将两枚骰子点数分开行棋均可。在行棋过程中棋堆中最多可行棋一枚。若掷得两枚骰子点数一样，则两枚骰子将会变成此点数的四枚骰子。优先到达终点的一方获胜。

游戏内设有四种模式：**人机模式**、**好友模式**、**蓝牙模式**和**配对模式**，玩家可根据需要选择合适模式。





Backgammon – Narde

外围系统分析——游戏设有基础的外围系统

外围系统分析

➢ **外围系统**

新手引导：玩家在第一次进入游戏时，有完整的新手引导，帮助玩家快速上手。

社交系统：玩家可登录游戏，与好友共同进行游戏。并且可查看对应排名、胜负情况等相关信息。

设置系统：玩家可根据个人需求和喜好设置相应内容，如声音、棋子风格等。

商店系统：玩家可在商店系统中购买道具和相关服务。



Backgammon – Narde

美术与交互分析——游戏内细节打磨到位，玩家沉浸度高；交互方面相对欠缺

美术品质
交互设计 分析

➢ 美术品质

游戏画风为2D简洁画风，画面相对简洁，主次有序。在回合内仅有棋盘、棋子和骰子，画面简洁。骰子的旋转与真实的掷骰子相关想接近，且行棋过程中的棋子移动效果与现实生活中棋子移动效果相似，游戏棋牌打磨度很高，木盒的纹理和连接处的金属合页细节打磨都很到位，玩家沉浸感更高。

➢ 交互设计

视野：俯视，棋盘平铺在手机屏幕上，玩家能够更加清楚的观察游戏进度。

各模式入口：各模式入口平铺在界面中间，玩家更方便选择。

界面设计：游戏主界面为竖屏设计，各功能按钮平铺在屏幕中间，方便玩家选择。游戏回合内，左上角设有Banner广告位，右上角显示玩家双方距离游戏胜利还需行棋步数。

回合内：己方玩家的棋子出发点（棋堆）设在右上方，终点在右下方；对方棋子出发点设在左下方，终点在左上方。这与中国玩家的操作逻辑不太相符。回合内，棋盘右侧有一枚棋子通过颜色变化来提示轮到哪方玩家行棋。



ADTIMING

Backgammon – Narde

变现模式分析——以IAA变现为主

变现模式分析

➢ **IAA变现**

Banner：

- 游戏界面左上角设有Banner广告位

插屏广告：

- 游戏结束后弹出插屏广告



附录：地区说明

所属大洲	国家/地区	代码
美洲	美国	USA
	俄罗斯	RUS
	墨西哥	MEX
	哥伦比亚	COL
	巴西	BRA
亚洲	中国大陆地区	CHN
	台湾地区	TWN
	日本	JPN
	越南	VNM
	马来西亚	MYS
	泰国	THA
	菲律宾	PHL
	沙特阿拉伯	SAU
	巴基斯坦	PAK
	土耳其	TUR
	印度	IND
	印尼	IDN
	韩国	KOR
欧洲	德国	DEU
	英国	GBR
	法国	FRA
	波兰	POL
非洲	埃及	EGY

* 注：国家/区排名不分先后

AdTiming Introduction

荣誉&认可

BEST TIMING FOR ADS

MMA
MOBILE MARKETING ASSOCIATION

MMA中国合作伙伴

iab.

iab.合作伙伴

LUMA

LUMA移动应用生态图

AppsFlyer

入选2019年
广告平台综合表现报告

POCKETGAMER MOBILE GAMES AWARDS

移动游戏奖
“最佳广告服务 & 用户获取平台” 提名

36Kr

新商业100年度榜
创新之新奖

MORKETING AWARDS 2018灵眸奖

Morketing灵眸奖
2018十大价值
出海营销平台

游戏陀螺
YOUXITUOLUO.COM

金茶奖
2017年度
最佳移动游戏服务商

ADTIMING

BEST TIMING FOR ADS

多重
国际安全认证
严格守护数据安全

已获得GDPR（欧洲通用数据保护条例）、COPPA、IAB等多重认证用行动推动数据安全生态建设



行业成长

BEST TIMING FOR ADS

XTiming

游戏开发者出海扶持计划，全方位助力游戏开发者出海



UTiming

互联网广告人才培养计划，通过系统课程培训实现基础入门



ITiming

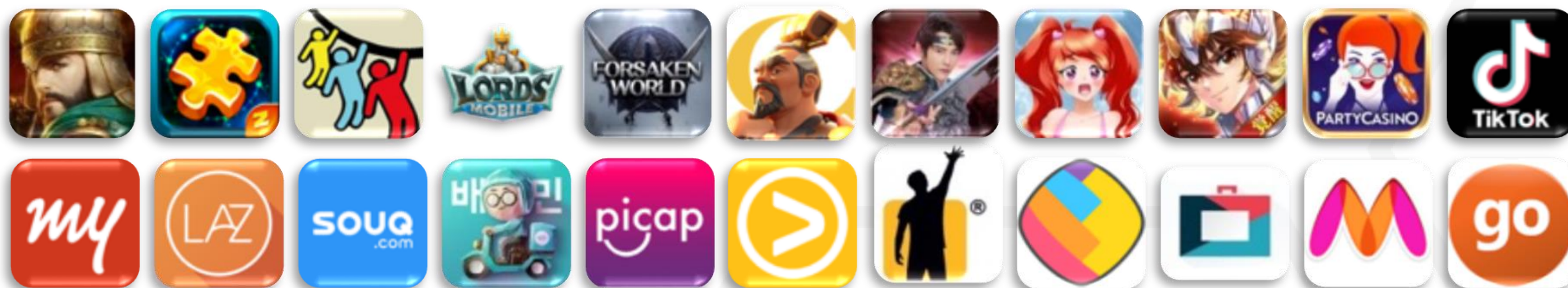
行业内容输出项目，分享广告移动营销行业的洞察与故事



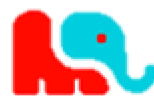
ADTIMING

合作伙伴

BEST TIMING FOR ADS

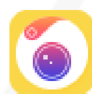


MINICLIP OUTFIT7 cheetahmobile



Joyient

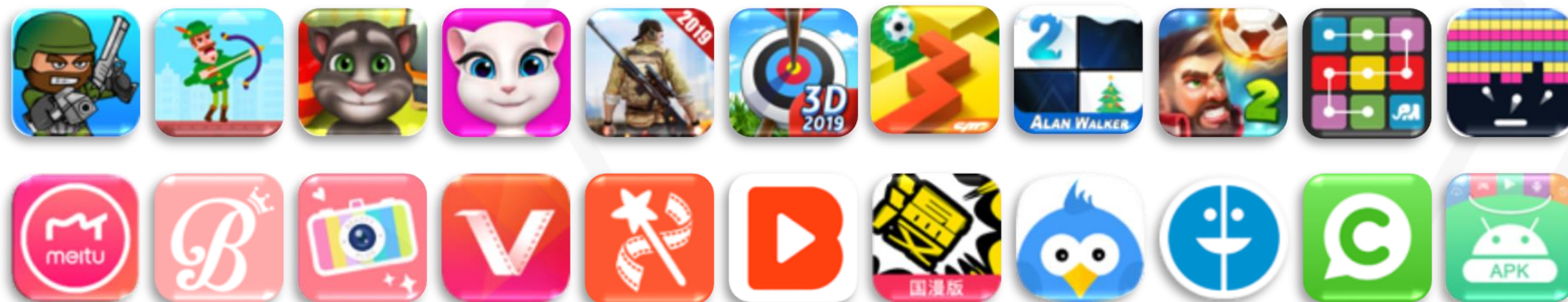
Xiaomi TCL



CAMERA360



INSTANZA nvenc



ADTIMING

核心产品



Mediation

聚合主流广告平台、多样化广告形式、支持应用内头部竞价，帮助开发者把握时机轻松实现变现高收益。



Bidding Ad Network

汇聚全球高价值用户资源、通过头部竞价及人群细分标签体系等帮助广告主成功获取目标用户。

ADTIMING

THANK YOU

变现咨询：monetize@adtiming.com
出海咨询：xtiming@adtiming.com
推广咨询：ua@adtiming.com
媒体合作：press@adtiming.com
开源支持：openmediation@adtiming.com